UMWELT MANAGEMENT AUSTRIA
Ihr Partner für Erfolg mit Umweltschutz

Lehrgang Management & Umwelt

NATIONALPARK GESÄUSE

DIPLOMARBEIT

Konzept für ein barrierefreies Besucher-Innenangebot im Nationalpark Gesäuse

vorgelegt von

Anton Bichelmaier

DI Werner Franek

DI (FH) Eva Pfeifhofer

Herbert Schirl

Zur Erreichung des akademischen Grades

Master of Science

St. Pölten, Juli 2010

betreut durch

DI Eckart Herrmann

begutachtet durch

Univ.-Prof. Dr. Roland Albert

Prof. Dr. Manfred Bruck

Prof. Dr. Reinhold Christian

Dr. Christian Plas

Univ.-Doz. Mag. Dr. Stephan Schwarzer

Wir erklären hiermit, dass wir die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst, keine anderen als die angegebenen Quellen benützt und die benutzten Quellen wörtlich zitiert sowie inhaltlich entnommene Stellen als solche kenntlich gemacht haben.

St. Pölten, am 28. Juni 2010

A. Bichelmaier

DI W. Franek

DI (FH) E. Pfeifhofer

H. Schirl

Danksagung

An dieser Stelle möchten wir uns bei allen bedanken, die durch ihre fachliche und persönliche Unterstützung zum Gelingen dieser Diplomarbeit beigetragen haben.

Die VerfasserInnen bedanken sich bei der Nationalpark Gesäuse GmbH, welche diese Arbeit ermöglichte.

Seitens UMWELT MANAGEMENT AUSTRIA geht unser Dank an Prof. Dr. Reinhold Christian und DI Ralph Feichtinger für die konstruktiven Anmerkungen während der Konzeptionsphase dieser Arbeit.

Besonderen Dank möchten wir auch noch DI Eckart Herrmann, dem externen Betreuer dieser Diplomarbeit, für seine wertvollen Anregungen und Hilfestellungen aussprechen.

Großer Dank gebührt darüber hinaus unseren Familien und FreundInnen, die uns während der Lehrgangszeit unterstützten und während des letzten halben Jahres auf viel gemeinsame Zeit verzichten mussten.

Kurzfassung

Barrierefreiheit ist für ca. ein Viertel der Bevölkerung notwendig um das Leben meistern zu können, aber wir alle profitieren von barrierefreien Ausgestaltungen und Lösungen.

Die vorliegende Diplomarbeit befasst sich mit bestehenden und geplanten bzw. planenswerten BesucherInnenangeboten im Nationalpark Gesäuse, wobei diese um Angebote für Menschen mit Behinderungen ergänzt werden sollen. Ein Auftrag des Nationalparks Gesäuse ist die Umweltbildung, die durch auf Menschen mit Behinderungen abgestimmte BesucherInnenangebote auch dieser Zielgruppe zugänglich gemacht werden soll. Dafür wurden 36 qualitative Interviews als leitfadenunterstützte ExpertInneninterviews mit StakeholderInnen, bekannten Persönlichkeiten des Bereiches „Barrierefreiheit", zum Teil auch selbst Betroffene, geführt und ausgewertet. Die Antworten waren vielfältig und divergierten teilweise selbst innerhalb der gleichen Befragungsgruppe enorm.

Den Abschluss der Arbeit bilden die Erstellung einer SWOT-Analyse und die Ableitung der Vorschläge für Maßnahmenpakete und BesucherInnenangebote aus Befragungsergebnissen zusammen mit den Erkenntnissen der Literaturrecherche. Dabei hat sich Folgendes gezeigt:

Die Zahl der betreuten BesucherInnen wird zunächst klein sein, weil in der Region derzeit noch kaum andere barrierefreie Angebote vorhanden sind. Bis zur möglichst durchgängigen Barrierefreiheit im Nationalpark Gesäuse als auch in der umgebenden Region müssen einige bauliche Barrieren beseitigt werden.

Die Sensibilisierung der Bevölkerung und der touristischen Betriebe mit ihren Angestellten muss mit den baulichen Maßnahmen einhergehen.

Der Nationalpark Gesäuse sollte auf integrative Gruppenführungen setzen, damit könnte auch der Personalbedarf leichter abgeschätzt werden. Die Kosten für einen eventuell erhöhten organisatorischen oder technischen Aufwand im Rahmen der Durchführung von integrativen Führungen sollte vom Nationalpark getragen werden.

Die öffentlichen Verkehrsmittel sollten genutzt und vom Nationalpark Gesäuse in seine Angebote aktiv mit eingebunden werden.

Für die Bewerbung der neugeschaffenen BesucherInnenangebote sollten zunächst bestehende Werbemittel und -kanäle genutzt werden. Eine genaue und ehrliche Beschreibung des Angebots und der Infrastruktur ist dabei sehr wichtig.

Abstract

For about a quarter of the population Design for All is necessary to handle life, but we all benefit from barrier free concepts and solutions.

This thesis deals with planned and existing offers in Nationalpark Gesäuse which are to be supplemented with offers for people with disabilities. One purpose of Nationalpark Gesäuse is environmental education, which is to be made accessible to people with disabilities by facilities meeting the demands of this target audience. Therefore 36 qualitative interviews in the form of guideline-supported expert interviews were carried out with stakeholders, well known persons in this sector, who are partly affected themselves. The answers varied and were totally different even within the same interview group.

The conclusion of this thesis was the issue of a SWOT analysis and the deduction of proposals for packages of measures and for offers including both the results of the interviews, and the facts of the literary search. The main results were:

There have to be small beginnings because there are hardly any barrier free offers in the region. To facilitate an almost continuous access to Nationalpark Gesäuse as well as the entire region, constructional barriers have to be remedied.

Along with all other measures there has to be sensitization of the population and the employees of touristy companies towards the problem.

Nationalpark Gesäuse should focus integrative guided tours, the personnel requirement could be estimated more easily that way. The expenses for a higher organizational or technical effort due to integrative guided tours should be beared by Nationalpark Gesäuse.

Public transportation is expected to be used and weaved actively into Nationalpark Gesäuse's offers.

Existing advertising media and channels should be used for the advertising of the created offers. Thus a detailed and honest description of the offer and the infrastructure is very important.

Inhaltsverzeichnis

Danksagung ..... **II**

Kurzfassung ..... **III**

Abstract ..... **IV**

Abbildungsverzeichnis ..... **IX**

Abkürzungsverzeichnis ..... **XI**

Tabellenverzeichnis ..... **XII**

1 Einleitung **1**

1.1 Allgemeine Einleitung 1

1.2 Zielsetzung der Diplomarbeit 1

1.3 Ausgangslage/Problemstellung 2

1.4 Kurzvorstellung des Nationalparks Gesäuse 4

1.4.1 Gründungsgeschichte 4

1.4.2 Aufgaben und Leitidee des Nationalparks Gesäuse 4

1.5 Bedeutung von barrierefreiem nachhaltigen Tourismus 6

2 Methodik **8**

2.1 Allgemeines 8

2.1.1 Sekundäranalyse 8

2.1.2 Primäranalyse 8

2.2 Leitfadenunterstütztes ExpertInneninterview 9

2.2.1 Interviewleitfäden 10

2.2.2 Die interviewten StakeholderInnengruppen 10

2.2.3 Durchführung der Interviews 11

2.2.4 Auswertung der Interviews 12

2.3 Die SWOT-Analyse 13

3 Grundlagen zu Barrierefreiheit **15**

3.1 Begriffsbestimmungen 15

3.1.1 Barrierefreiheit 15

3.1.2 Behinderung 15

3.1.3 Diskriminierung 16

3.2 Zielgruppenbeschreibung 16
3.2.1 Zahlen zu Menschen mit Behinderung 18
3.3 Rechtliche Aspekte 20
3.3.1 Nationalpark – grundsätzliche rechtliche Regelungen 20
3.3.2 Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz 21
3.3.3 Haftungsfragen 22
3.3.4 Medienrecht 23
3.3.5 Telekommunikationsgesetz 23
3.3.6 Ö-Normen 24

4 Analyse des Nationalparks und seines Umfeldes 26

4.1 Analyse des Unternehmensaufbaues und des internen betrieblichen Stimmungsbildes 26
4.2 Analyse der derzeitigen Situation – Umweltbildung und barrierefreie BesucherInnenangebote im Nationalpark Gesäuse 28
4.2.1 Vollkostenorientierte Gewichtung der Unternehmensbereiche 28
4.2.2 Analyse zur Ausrichtung und Umsetzung der Natur- und Umweltbildung im Nationalpark Gesäuse 31
4.3 Analyse der Situation des regionalen Tourismus 33
4.4 Analyse der Situation des öffentlichen Verkehrs 35
4.5 Analyse der Situation der vorhandenen und geplanten barrierefreien BesucherInnenangebote im Nationalpark Gesäuse 37
4.6 Analyse der Situation hinsichtlich barrierefreier touristischer Infrastruktur in der umliegenden Region 49

5 Untersuchungsergebnisse 52

5.1 Anforderungen an die Infrastruktur im Nationalpark 52
5.1.1 Technische Gestaltungsvorschläge der StakeholderInnen 52
5.1.2 Relevante Fakten zur Nutzung von SWISS•TRACs 56
5.2 Die touristische Servicekette 61
5.2.1 Das touristische Phasenmodell 61
5.2.2 Vorbereitungsphase 63
5.2.3 Reisephase 70
5.2.4 Aufenthaltsphase 74
5.3 Marktanalyse 78

5.3.1 Marktsegmentierung und -beschreibung 79
5.3.2 Branchen- und Konkurrenzanalyse 81
5.3.3 KundInnenanalyse 89
5.4 Analyse der Fundraisingmöglichkeiten 93
5.4.1 Begriff Fundraising 93
5.4.2 Fundraising und Förderungen 93
5.4.3 Potentielle Fundraisingquellen 93
5.5 Analyse der Rahmenbedingungen für Preisgestaltung 94
5.5.1 Befragungsergebnisse hinsichtlich Preisdifferenzierung 95
5.6 Analyse der Rahmenbedingungen für die Distributionspolitik 96
5.7 Analyse der Rahmenbedingungen für die Kommunikationspolitik 97
5.8 Evaluation und Qualitätsmanagement des geplanten barrierefreien BesucherInnenangebots 99
5.8.1 Evaluation 99
5.8.2 Qualitätsmanagement 101
5.9 Stimmungsbild extern – allgemeine Vorschläge und Visionen 102
6 SWOT-Analyse und abgeleitete Grundstrategien 104
6.1 SWOT-Analyse 104
6.2 Abgeleitete Grundstrategien 108
7 Ableitung von Maßnahmen auf Grundlage der erhobenen Erkenntnisse 115
7.1 Methodischer Rahmen 115
7.2 Anforderungen an die Infrastruktur im Projektgebiet 115
7.2.1 Maßnahmen am Rauchbodenweg 116
7.2.2 Maßnahmen an der Gesäuse-Bundesstraße B 146 118
7.2.3 Maßnahmen betreffend die Gestaltung der „XEIS Guides“ 119
7.2.4 Maßnahmen betreffend die Verwendung von SWISS•TRACs 119
7.2.5 Maßnahmen zur Gewährleistung von Notrufmöglichkeiten 121
7.2.6 Generelle Maßnahmen im Nationalpark 121
7.3 Öffentlicher Verkehr, An- und Abreise Mobilität in der Region 124
7.4 Empfehlungen für Maßnahmen im Hinblick auf Barrierefreiheit im Umfeld des Nationalparks 127
7.4.1 Sensibilisierung 128
7.4.2 Gebäude 129

7.4.3 Informationen 130
7.4.4 Zusätzliche barrierefreie Angebote 130
7.4.5 Kosten und zeitlicher Rahmen 131
7.5 Entwicklung konkreter Angebote und deren Bewerbung 132
7.5.1 „Ein besonderer Tag im Nationalpark Gesäuse“ – eine integrative Eintagesführung 132
7.5.2 „Kurzurlaub vom Auto“ – ein integratives Zweitagespauschalangebot 136
7.5.3 „Integrationsklassen kommen in den Nationalpark“ – integrative Freizeit- und Outdoorangebote 139
7.5.4 „Altersunterschied ist keine Barriere“ – ein generationsübergreifendes Zweitagesangebot 146
8 Schlussfolgerungen und Ausblick 150
9 Literaturverzeichnis 152
9.1 Bücher und Zeitschriften 152
9.2 Internetquellen 153
9.3 Sonstige Quellen 154
10 Anhang 156
10.1 Anhang Inhaltsverzeichnis 156
Anhang I
A Abbildungen I
B StakeholderInnenliste I
C Grundkonzept „Barrierefreie BesucherInnenangebote im Nationalpark Gesäuse“ I
D Interviewleitfaden XVIII
E Interviewzusammenfassung LXXXI

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: BesucherInnenstatistik Nationalpark Gesäuse 2004-2009 3

Abbildung 2: Piktogramme „Zielgruppen barrierefreier Angebote“ 17

Abbildung 3: Anteil körperlich Beeinträchtigter nach Beeinträchtigungsarten 19

Abbildung 4: Organigramm der Nationalpark Gesäuse GmbH 26

Abbildung 5: Gewichtung der Unternehmensbereiche im Bezug zu den Basis-Gesellschafterzuschüssen 2008. 29

Abbildung 6: Übersichtskarte der Alpenregion Nationalpark Gesäuse 33

Abbildung 7: Die Lage der BesucherInneneinrichtungen im Nationalpark Gesäuse 38

Abbildung 8: Lage des Weidendoms mit angrenzendem Themenweg in der Lettmair Au (links), Rauchbodenweg (Mitte) und Nationalparkpavillon Gstatterboden (rechts) 39

Abbildung 9: Der Weidendom – das größte lebendige Bau(m)werk der Alpen 40

Abbildung 10: Der rollstuhlgerechte Zugang zum Weidendom 41

Abbildung 11: Der geplante erlebbare „ökologische Fußabdruck“ 42

Abbildung 12: „Die sprechende Buche in der Lettmair Au“ 43

Abbildung 13: Der Wasserspieltisch am Themenweg „Lettmair Au“ 43

Abbildung 14: Der Nationalparkpavillon in Gstatterboden 45

Abbildung 15: Die Geologieausstellung im Nationalparkpavillon 45

Abbildung 16: Der fantastische Ausblick vom Rauchbodenweg 47

Abbildung 17: SWISS•TRACs beim Befahren einer Forststraße 48

Abbildung 18: Der kleine Taschencomputer „XEIS Guide“ 49

Abbildung 19: Aufbau eines SWISS•TRACs 59

Abbildung 20: Die touristische Servicekette 62

Abbildung 21: Die wichtigsten Standards barrierefreier Internetauftritte 64

Abbildung 22: Inhalte einer strategischen Marktanalyse 79

Abbildung 23: Icon „Familie“ Abbildung 24: Icon „Senioren“ 80

Abbildung 25: Zielmärkte für den Nationalpark Gesäuse 81

Abbildung 26: Wettbewerbsstrategie nach Porter 82

Abbildung 27: Maslow’sche Bedürfnishierarchie oder -pyramide 90

Abbildung 28: Marketing-Mix 96

Abbildung 29: SWOT-Matrix für die Nationalpark Gesäuse GmbH 106

Abbildung 30. Bevölkerung 1951 bis 2001 nach demographischen Merkmalen I

Abbildung 31: Vorausberechnete Bevölkerungsstruktur für Österreich 2009-2075 laut Hauptszenario..... I

Abbildung 32: Privathaushalte und Familien 1984 bis 2008 II

Abbildung 33: Bevölkerung seit 1869 nach Geschlecht bzw. breiten Altersgruppen.....II

Abkürzungsverzeichnis

ABGB	allgemeines Bürgerliches Gesetzbuch
ADAC	Allgemeiner Deutscher Automobil-Club e.V.
Anm.	Anmerkung
Art.	Artikel
BGBl	Bundesgesetzblatt
BGStG	Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz
BM	Bundesministerium
BMASK	Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz
BMSK	Bundesministerium für Soziales und Konsumentenschutz
BMWFJ	Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend
DI	DiplomingenieurIn
ebd.	ebenda
Erw.	Erwachsene
erw.	erwartet
etc.	et cetera
EUR	Euro
FH	Fachhochschule
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GPRS	General Packet Radio Service (deutsch: „Allgemeiner paketorientierter Funkdienst“)
idF	in der Fassung
inkl.	inklusive
km	Kilometer
LGBl	Landesgesetzblatt
lit.	litera
MedienG	Mediengesetz
Mio.	Million(en)
MSc	Master of Science
NP	Nationalpark
ÖBB	Österreichische Bundesbahnen
ÖV	öffentlicher Verkehr

Pers.	Personen
SMS	Short Message Service
Stmk.	Steiermärkisch/e/er
StVO	Straßenverkehrsordnung
SWOT	Akronym für Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen), Threats (Gefahren)
TKG	Telekommunikationsgesetz
u.a.	unter anderem
u.ä.	und ähnliches
UMA	Umwelt Management Austria
Vgl.	vergleiche
Zi	Ziffer
z.B.	zum Beispiel

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: SWOT-Matrix.....14
Tabelle 2: Menschen mit Behinderungen im engeren und weiteren Sinne 17
Tabelle 3: Technische Daten SWISS•TRAC 60
Tabelle 4: Branchenanalyse für den Nationalpark Gesäuse.....84
Tabelle 5: Quellmärkte und bevorzugte FreizeitanbieterInnen nach Entfernung.....89

1 Einleitung

1.1 Allgemeine Einleitung

Im Rahmen des MSc-Lehrgangs MANAGEMENT & UMWELT ist es notwendig, zur Erlangung des akademischen Grades „Master of Science (Environmental Management)“ eine Projektarbeit in interdisziplinären Teams durchzuführen und darüber eine Diplomarbeit zu verfassen.

Die Teammitglieder der vorliegenden Diplomarbeit sind Anton Bichelmaier, beschäftigt bei den ÖBB-Holding AG im Bereich Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement, DI Werner Franek, Geschäftsführer der Nationalparks Gesäuse GmbH, DI (FH) Eva Pfeifhofer, Projektingenieurin im Bereich Umwelt und Materialien im Engineering bei MAGNA STEYR Fahrzeugtechnik AG & Co KG sowie Herbert Schirl, angestellt bei der Niederösterreichischen Umweltanwaltschaft.

1.2 Zielsetzung der Diplomarbeit

Nachdem dem Nationalpark Gesäuse ein ELER Projekt (EU-kofinanzierte Förderschiene zur Entwicklung des ländlichen Raumes) genehmigt wurde, stehen der Nationalpark Gesäuse GmbH in den kommenden zwei Jahren Budgetmittel zur Errichtung bzw. Entwicklung barrierefreier BesucherInneneinrichtungen bzw. Angebote zur Verfügung. Damit diese finanziellen Ressourcen fachlich zielgerichtet im Bereich „Barrierefreiheit“ eingesetzt werden, soll im Rahmen dieser Diplomarbeit ein Konzept für barrierefreie BesucherInnenangebote im Nationalpark Gesäuse unter den Aspekten einer ökologischen und sozialen Ausgewogenheit sowie Realisierbarkeit in ökonomischer Hinsicht erarbeitet werden.

In Zusammenhang mit barrierefreien Bildungsangeboten im Nationalpark Gesäuse muss die gesamte touristische Servicekette betrachtet werden. Die Anreise, Gastronomie, Unterkunft, Mobilität und Angebote vor Ort sollen einen gemeinsamen Rahmen für barrierefreie Naturerlebnisse bieten. Deshalb sollen im ersten Teil der Arbeit die Ergebnisse einer StakeholderInnenbefragung sowie einer Literaturrecherche betrachtet bzw. analysiert werden. Die Analyse soll die bereits errichteten BesucherInneneinrichtungen „Weidendom, Lettmair Au, Rauchbodenweg, Nationalparkparkpavillon mit Geologieausstellung“, weiters die geplanten Einrichtungen „thematische Umfelderweiterungen beim Weidendom und Nationalparkpavillon“, aber auch alle anderen Glieder entlang der touristischen Servicekette umfassen.

Aufbauend auf dieser Analyse sowie einer darauf folgenden SWOT Analyse, soll eine Grundstrategie sowie ein grober Stufenplan für die weitere Vorgangsweise der nächsten fünf Jahre zur Schaffung barrierefreier BesucherInnenangebote im Nationalpark Gesäuse abgeleitet werden. Strategische Ausrichtungen im Rahmen der Angebotsentwicklung wie Infrastruktur, Pauschalen und Preispolitik sollen im Rahmen der Grundstrategieentwicklung genauso betrachtet werden, wie grundsätzliche Überlegungen zur Schaffung bzw. zum Ausbau einer barrierefreien Infrastruktur in der umliegenden Tourismusregion sowie Strategien im Zusammenhang mit einem barrierefreien öffentlichen Verkehr.

Im Rahmen des letzten Teiles dieser Arbeit werden die VerfasserInnen konkrete Maßnahmen vorschlagen, welche die Nationalpark Gesäuse GmbH in den nächsten Jahren – nach Vorliegen dieser Arbeit – umsetzen sollte. Der Bogen der konkreten Vorschläge soll sich von der Schaffung einer entsprechenden barrierefreien Infrastruktur im Schutzgebiet selber, über Bewusstseinsbildungs- und Informationsmaßnahmen zur Verankerung der Idee in der umliegenden Tourismusregion, bis hin zu einer Mehrzahl an Ideen konkreter barrierefreier Angebote für unterschiedlichste Zielgruppen spannen.

Technische Detailplanungen zur Schaffung der barrierefreien Infrastruktur im Schutzgebiet und in der umliegenden Region sowie detaillierte betriebswirtschaftliche Betrachtungen für den laufenden Betrieb sind – ebenso wie die Ausarbeitung eines Marketingplanes – nicht Gegenstand dieser Arbeit.

1.3 Ausgangslage/Problemstellung

Nationalparks haben sich weltweit zum Ziel gesetzt, einerseits die Natur und die natürlichen Lebensgrundlagen zu schützen, und andererseits diese Schutzgebiete den BesucherInnen zugänglich zu machen, um sie damit für die Einzigartigkeit und Schutzbedürftigkeit dieser Naturgebiete zu sensibilisieren.

„Erholung gründet sich in diesen Gebieten zu allererst und vor allen Dingen auf Begegnung mit und Erleben von unberührter Natur. Umwelt- und Naturbildung als Teil des Programms für Besuchermanagement und Erholung bilden eine vorrangige Aufgabe des Schutzgebietsmanagements.“ [1]

Um den Natur- und Umweltschutzgedanken in der Bevölkerung zu verankern, ist es notwendig, einer breiten Zielgruppe die Schönheit und Einmaligkeit der Natur zu vermitteln. Gemäß dem Sprichwort „Nur was man kennt, das schützt man auch“ ist ein direktes, „hautnahes“ Erleben der Natur am zielführendsten, um BesucherInnen eines Schutzgebietes für dessen Belange empfänglich zu machen.

Die Natur- und Umweltbildung hat im Nationalpark Gesäuse einen sehr hohen Stellenwert. Die Zahl der direkt betreuten oder geführten Gäste stieg in den letzten Jahren kontinuierlich an. Wie in Abbildung 1 ersichtlich, konnten im Jahr 2009 ca. 35.000 interessierte Personen im Rahmen von Bildungsveranstaltungen von Nationalparkrangern betreut werden.

[1] Quelle: Föderation EUROPARC und IUCN World Commission on Protected Areas, 2000, S. 24

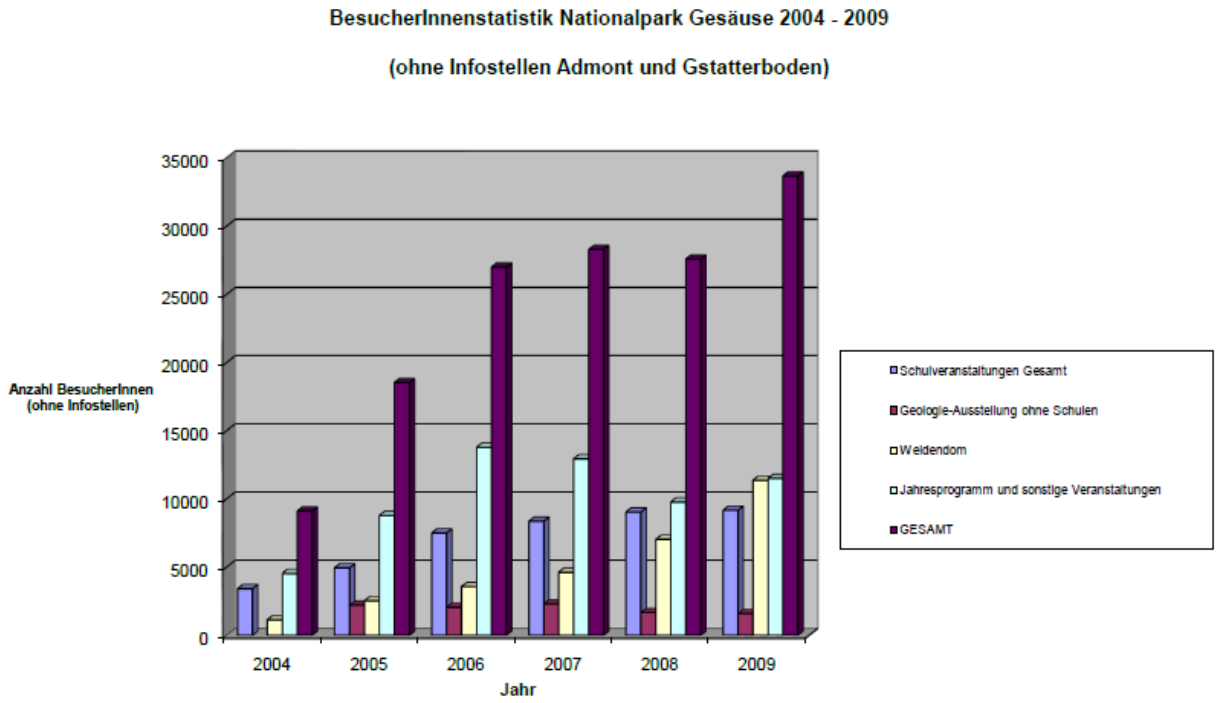


Abbildung 1: BesucherInnenstatistik Nationalpark Gesäuse 2004-2009[2]

Der Nationalpark Gesäuse ist gekennzeichnet durch eine Vielfalt an Lebensräumen, vom Talboden der Enns bis in die höchsten Gipfellagen auf knapp 2400m. Aufgrund der alpinen Lage und des alpinen Wegenetzes sind vor allem die höher gelegenen Bereiche des Nationalparks für Menschen mit Behinderung – je nach Behinderungsform – teilweise schwierig oder nicht erreichbar. Um so mehr ist es daher ein Ziel des Nationalparks Gesäuse, BesucherInnen- bzw. Bildungsangebote in Talnähe zu errichten bzw. anzubieten. Beispielhaft seien das Erlebniszentrum Weidendom, der Themenweg „Lettmair Au“, der „Rauchbodenweg“, die Geologieausstellung im Nationalparkpavillon Gstatterboden sowie die zahlreichen betreuten Führungen erwähnt.

Internationalen Beispielen aus den USA oder Australien, sowie der neuesten Initiative aus Deutschland „Barrierefreies Naturerleben vom Watt bis zum Watzmann“ folgend, will sich der Nationalpark Gesäuse nun auch im Bereich „barrierefreies Naturerlebnis“ positionieren. Im Rahmen des von der EU kofinanzierten Projektes „Drei Farben Natur“ werden in den Jahren 2010 bis 2011 attraktive BesucherInneneinrichtungen im Nationalpark Gesäuse geschaffen. Dieses Projektbündel enthält auch Budgetmittel für eine barrierefreie Adaptierung von bestehenden BesucherInneneinrichtungen, aber auch für die Schaffung von neuen, barrierefreien Angeboten.

[2] Quelle: Besucherstatistik Nationalpark Gesäuse 2004-2009

1.4 Kurzvorstellung des Nationalparks Gesäuse

1.4.1 Gründungsgeschichte

Der Nationalpark Gesäuse ist der sechste und zugleich jüngste Nationalpark Österreichs. Aus dem Widerstand gegen ein geplantes Kraftwerk Mitte der 80er Jahre heraus erwachsen, bewahrt dieses Schutzgebiet die Ursprünglichkeit einer spektakulären Gebirgslandschaft in den Nördlichen Kalkalpen.

Der Planung und Errichtung des Nationalparks Gesäuse ging bereits eine lange Geschichte des Naturschutzes in der Region voraus. Schon im 19. Jahrhundert entwickelte sich der Schutzgedanke im vor allem forstwirtschaftlich intensiv genutzten Gesäuse.

Baums skizziert in ihrer Diplomarbeit den Werdegang des Nationalparks Gesäuse seit den ersten Plänen Ende der 1970er Jahre bis zur offiziellen Gründung:

„Durch die Verordnung über die Erklärung des Gesäuses und des anschließenden Ennstals bis zur Landesgrenze sowie des Wildalpener Salzatales zu Naturschutzgebieten wurde das Gesäuse am 8. Juli 1958 erstes Naturschutzgebiet der Steiermark. Erste Diskussionen über die Gründung eines Nationalparks in der Region kamen in den späten 1970er Jahren auf, bis schließlich im Jahr 1996 die Eignung des Gesäuses für die Entwicklung eines Nationalparks festgestellt wurde[3].“

Im Juni 1997 fällte die Steiermärkische Landesregierung einstimmig den Grundsatzbeschluss, den Nationalpark Gesäuse einzurichten. Nach mehrjähriger intensiver Planungsarbeit wurde am 12. März 2002 das Nationalparkgesetz vom Steiermärkischen Landtag beschlossen, ehe am 26. Oktober 2002 der Staatsvertrag zwischen Bund und Land Steiermark zur Errichtung und Betrieb des Nationalpark Gesäuse unterzeichnet, und daraufhin am 2. Dezember 2002 die Nationalpark Gesäuse GmbH als Betreibergesellschaft gegründet wurde. Ende April 2003 wurde dann von der Generalversammlung der Nationalpark Gesäuse GmbH das erste Jahresprogramm genehmigt. Mit dem Nationalparkorgangesetz trat am 1. Oktober 2003 die letzte spezielle Rechtsnorm in Kraft. Am 5. Dezember 2003 erlangte der Nationalpark Gesäuse schließlich die internationale Anerkennung als Schutzgebiet der Kategorie II durch die IUCN.

1.4.2 Aufgaben und Leitidee des Nationalparks Gesäuse

Derzeit umfasst der Nationalpark knapp 11.056 Hektar und stellt damit, nach dem Nationalpark Hohe Tauern und dem Nationalpark Kalkalpen, das drittgrößte derartige Schutzgebiet in Österreich dar. Die besondere Bedeutung liegt in der außerordentlichen Vielzahl an naturnahen Lebensräumen, bedingt durch die hohe Reliefenergie und die damit im Zusammenhang stehende reiche Strukturierung auf engstem Raum. Als Naturzone sind 87 Prozent der Parkfläche ausgewiesen, während auf den verbleibenden 13 Prozent, der so genannten Bewahrungszone, nachhaltige, traditionelle Almwirtschaft betrieben wird.

[3] Baums B. (2005), S. 44

Gemäß Artikel 15a B-VG wurde zwischen dem Bund und dem Land Steiermark ein Staatsvertrag zur Errichtung und zum Betrieb des Nationalparks Gesäuse abgeschlossen, der im Art. 5 die Aufgaben der Nationalparkverwaltung im Rahmen des laufenden Betriebes regelt.

In Zusammenhang mit dem laufenden Betrieb sind dies:

- *„die Durchführung jener Maßnahmen, die dem Schutz des Lebensraumes, der Tiere und Pflanzen dienen*
- *die Koordinierung der wissenschaftlichen Forschung und die laufende Beobachtung (Monitoring); sowie*
- *die Durchführung und Koordinierung der Informations- und Öffentlichkeitsarbeit, insbesondere der Bildungsarbeit und naturkundlichen Führungstätigkeit"*[4]

Darauf begründet sich die Philosophie des Unternehmens, die im Strategiepapier[5]der Nationalpark Gesäuse GmbH dargelegt ist und aus Sicht der VerfasserInnen die Leitidee des Nationalparks Gesäuse treffend wieder gibt:

> *„Der Nationalpark, der diesem einzigartigen Gebiet ein international herausragendes Prädikat verleiht, soll neben den gesetzlich verankerten Aufgaben des Naturschutzes, der Forschung und der Umweltbildung die Tradition der sanften Erholungsnutzung im Gesäuse weiterführen. Ein vorrangiges Ziel neben dem Erhalt und Schutz der Naturlandschaft ist auch die Vermittlung von Werten und die Sensibilisierung der Besucher für die Idee des Nationalparkbegriffes als höchste Form des Naturschutzes. Durch hoch motivierte und umfassend ausgebildete Nationalparkführer aus der Region, die Gestaltung ansprechender und erlebnisreicher Themenwege, aber auch durch die Schaffung eines Führungs- und Vortragsangebotes für unterschiedlichste Ziel- und Altersgruppen nach den neuesten Erkenntnissen der Naturpädagogik möchte sich der Nationalpark Gesäuse in Zukunft als herausragendes Beispiel in der Natur- und Umweltvermittlung profilieren. Als ein Teil der Strategie des Nationalparks Gesäuse bzw. der Nationalpark Gesäuse GmbH wurde auch die Zusammenarbeit mit der Nationalparkregion formuliert. Der Nationalpark Gesäuse bzw. die Tätigkeit seitens der Nationalpark Gesäuse GmbH bietet die Chance für eine nachhaltige Entwicklung der umliegenden Nationalparkregion. Die Nationalparkverwaltung ist daher bemüht, eine große Angebotspalette zu schaffen, mit dem Ziel, Natur zum Erlebnis zu machen und Erholung auf höchstem Niveau zu bieten. Nationalparkbesucher verbindet ein naturkundliches Interesse und die Besucher sollen sich Zeit nehmen, die Vielfalt der Natur und der ökologischen Kreisläufe zu erkennen, zu erleben und zu genießen. Die Strategie des Nationalparks Gesäuse bietet auch klare Vorgaben für den Bereich Forschung, die im Nationalpark dem wissenschaftlich fundierten Schutz der Natur dient. Die wissenschaftliche Forschung gewinnt durch Langzeitbeobachtungen im "Freilandlabor Nationalpark" Erkenntnisse über natürliche Abläufe und die Entwicklung des Schutzgebietes. Der Nationalpark Gesäuse bzw. die Nationalpark Gesäuse GmbH setzen sich für einen modernen,*

[4] Art. 15a B-VG, LGBl. Nr. 70/2003
[5] Strategiepapier 2008-2012 (2007)

partnerschaftlichen Naturschutz ein. Hoch qualifizierte und engagierte Mitarbeiter setzen die Aufgaben im Nationalpark Gesäuse nachvollziehbar um und widmen sich den Anliegen der Bevölkerung der Nationalparkregion."

1.5 Bedeutung von barrierefreiem nachhaltigen Tourismus

Die Bedeutung des barrierefreien Tourismus ist schon jetzt sehr groß und wird in den nächsten Jahren sicherlich noch zunehmen. Reisen, Freizeitaktivitäten und den Urlaub ohne Barrieren genießen – dies sollte für jeden Menschen möglich sein. Wichtig ist dabei auch, dass es jedem ermöglicht wird, die Natur in ihrer schönen und vielfältigen Form zu erleben. Einem Großteil der Menschen mit Behinderung, älteren Menschen und auch Familien mit kleinen Kindern war dieser Zugang in den letzten Jahren nicht uneingeschränkt möglich. Barrierefreiheit im Tourismus ist nicht ausschließlich für Menschen mit Behinderungen, sondern für alle Menschen – jetzt und in Zukunft – ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung.

Barrierefreier Tourismus ist außerdem ein bedeutender Wirtschaftsfaktor, wie auch der Literatur und den Aussagen der Stakeholder entnommen werden kann. Man darf davon ausgehen, dass Menschen mit Behinderungen und ältere Menschen grundsätzlich dieselben Reisebedürfnisse und -motive haben, wie alle anderen Menschen. Laut einer Umfrage in Deutschland[6] würden 48% der Befragten häufiger reisen, wenn es mehr barrierefreie Angebote gäbe. Menschen mit Behinderungen suchen barrierefreie Reiseangebote und sind auch durchwegs bereit, dafür einiges Geld auszugeben (in Europa wird dieses auf mehr als *8*0 Millionen Euro geschätzt).

Einer Studie des deutschen Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit folgend, können auch die möglichen ökonomischen Auswirkungen eines barrierefreien Naturerlebens für periphere Regionen bedeutend sein[7]*:*

- *„Naturerleben ist für behinderte Menschen ein noch wichtigeres Urlaubsmotiv als für die Durchschnittsbevölkerung.*
- *Über 40 Prozent der befragten mobilitätseingeschränkten Reisenden verbrachten ihren letzten Haupturlaub in Deutschland im Vergleich zu nur 30 Prozent der Deutschen insgesamt.*
- *Fast die Hälfte der Befragten würde häufiger verreisen, wenn es mehr barrierefreie Angebote gäbe, wobei sich nicht die Unterbringung als Hauptproblem darstellt, sondern unzugängliche Kultur- und Freizeiteinrichtungen am Urlaubsort sowie die schwierige Fortbewegung im Urlaubsgebiet.*
- *Die Zahl der mobilitäts- und aktivitätseingeschränkten Menschen wird im Hinblick auf die zukünftige demographische Entwicklung ansteigen."*

[6] Vgl. BMWA (Hrsg.) 2003
[7] BMWA (Hrsg.) 2003

Barrierefreiheit ist derzeit für ungefähr 10 % der Menschen im EU-Raum unentbehrlich und wäre für 30–40 % notwendig. Doch abgesehen davon profitieren alle BesucherInnen am zusätzlichen Komfort der Barrierefreiheit. Barrierefreie Angebote betreffen als potentielle Kunden aber nicht nur Menschen mit Behinderung, sondern auch deren Familienmitglieder, FreundInnen und ArbeitskollegInnen (Begleitpersonen). Eine Reisegruppe mit einem RollstuhlfahrerInnen wird eben nur dort übernachten oder essen, wo diesem der barrierefreie Zugang möglich ist. Weiters steigt der Anteil der Menschen im Alter von 60+, für diese sind künftige barrierefreie Angebote ebenfalls von großem Vorteil.

Angesichts einer immer älter werdenden Bevölkerung wird barrierefreier Tourismus zum Zukunftsmarkt. Alle Verantwortlichen sind gut beraten, diese Chance zu nutzen und mit den VertreterInnen der Behindertenverbände vor Ort zusammen zu arbeiten.

Man darf auch nicht außer Acht lassen, dass durch diesen vermehrten Tourismus zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen werden.

Leider sind die TouristikerInnen in Österreich dabei, diese Entwicklung – zumindest teilweise – zu verschlafen bzw. das sich daraus ergebende Kundenpotential zu ignorieren, was man daran erkennen kann, dass sehr viele europäische Länder schon einen größeren Fortschritt zum Thema Barrierefreiheit aufweisen können.[89]

[8] Vgl. http://www.ibft.at/upload/tagung/ENAT09/shared/15.WS2-Summary-Lassnig-German-Version.pdf, aufgerufen am 16.02.2010
[9] Vgl. http://www.ibft.at/de/news/245, auf gerufen am 16.02.2010

2 Methodik

2.1 Allgemeines

In diesem Kapitel werden die einzelnen Methoden zur Informationsgewinnung, von der Literaturrecherche in der so genannten „Sekundäranalyse“, der Datenerhebung in der Praxis in der „Primäranalyse“ bis hin zur „SWOT-Analyse“ dargestellt.

Den Beginn einer Marktforschung sollte grundsätzlich immer eine Sekundäranalyse darstellen, da sich aus ihrem Datenmaterial schon die eine oder andere Antwort auf eine Fragestellung ergibt.[10]

2.1.1 Sekundäranalyse

Die Sekundärforschung oder Sekundäranalyse greift auf Daten aus internen und externen Quellen wie staatlichen Institutionen, Websites, Presse, Fachbücher, Dissertationen und Diplomarbeiten zurück, wobei die internen Daten den Betrieb betreffen und die externen sich auf den Markt und das Marktgeschehen beziehen.

Den Vorteilen, wie schneller und gegenüber der Primärforschung billigerer Datenverfügbarkeit sowie in der Regel überprüfbarer Ergebnisse, stehen aber auch Nachteile wie oftmals veraltetes Datenmaterial, nicht gegebene Repräsentativität bei manchen Statistiken und ein häufig schwer möglicher Vergleich internationaler Daten gegenüber.[11]

Für die vorliegende Diplomarbeit wurden als Informationsquellen (interne Quellen) seitens des Nationalparks Gesäuse BesucherInnenstatistiken, Diplomarbeiten, die Broschüre der Nationalpark Partnerbetriebe, die Einreichunterlagen für den Tourismusaward EDEN 09, der Jahresbericht 2008, das Organisationshandbuch der Nationalpark Gesäuse GmbH, ein Strategiepapier und Vollkostenauswertungen (2006, 2007) zur Verfügung gestellt.

Statistiken von Statistik Austria, Fachbücher, Diplomarbeiten, Dissertationen und Websites versorgten die VerfasserInnen mit den Begriffsdefinitionen, Erklärungen zu Methoden und technischen Daten (externe Quellen).

2.1.2 Primäranalyse

Mit Hilfe der Primärforschung, wie die Primäranalyse auch genannt wird, wird speziell für eine Aufgaben- oder Fragestellung benötigtes, noch nicht erfasstes Datenmaterial erhoben.[12] Dafür werden folgende vier Methoden herangezogen:

1. Marktbeobachtung, das können z.B. BesucherInnenzählungen oder Testkäufe sein
2. Experimente, wie u.a. ein Markttest oder Labortest
3. Befragungen, entweder persönlich, telefonisch oder schriftlich

[10] Vgl. Freyer, S. 230
[11] Vgl. ebenda
[12] Vgl. Freyer, S 232

4. Panelforschung, mit Hilfe von z.B. Handels-, Verbraucher- oder Spezialpanels

Der große Vorteil der Primäranalyse ist die problemspezifische Erhebung und Interpretation sowie die Aktualität von Daten. Auf die eigenen Bedürfnisse hin kann das Erhebungsinstrument entwickelt werden, was zu einem Wettbewerbsvorteil durch frühzeitiges Erkennen von Markttendenzen führen kann.

Nachteile sind höherer Kosten- und Zeitaufwand sowie als Voraussetzung methodisches Fachwissen. [13]

In der vorliegenden Diplomarbeit wurde als Methode für die Datenerhebung (Primäranalyse) eine Befragung in Form eines „leitfadenunterstützten ExpertInneninterviews“ gewählt, das nun im Kapitel 2.2 näher beschrieben wird.

2.2 Leitfadenunterstütztes ExpertInneninterview

Grundlage für die Erarbeitung eines Konzeptes für ein barrierefreies BesucherInnenangebot im Nationalpark Gesäuse war die Datenerhebung in Form einer Befragung der relevanten Stakeholder mittels qualitativer Interviews. Die Bezeichnung „qualitatives Interview“ stellt den Oberbegriff für verschiedene, in der Sozialforschung angewandte Befragungsmethoden dar, die sich z.B. im Grad der Strukturierung unterscheiden. Allen qualitativen Interviewformen gemeinsam ist die Offenheit und weitgehende Nicht-Standardisierung der Befragungssituation. Dennoch können qualitative Interviews nach dem Grad der Standardisierung bzw. Strukturierung folgendermaßen typisiert werden:

1. Das standardisierte Interview (genaue Vorgabe der Fragen, der Reihenfolge und der Antwortmöglichkeiten).
2. Das halbstrukturierte Interview (bedient sich eines Fragenkatalogs oder Gesprächsleitfadens, wobei allerdings Veränderungen des Wortlauts während des Interviews möglich sind).
3. Das unstrukturierte Interview (der Gesprächsleitfaden enthält nur das Interviewziel, sonst verläuft das Gespräch aber frei, ähnlich einem Alltagsgespräch).[14]

Die für die Erarbeitung des Konzeptes für ein barrierefreies BesucherInnenangebot im Nationalpark Gesäuse befragten Personen standen nicht „persönlich“ im Mittelpunkt des Forschungsinteresses, sondern sie galten als RepräsentantInnen für die Handlungs- und Sichtweisen einer bestimmten ExpertInnengruppe. Die ExpertInnen aus den Bereichen Behindertenorganisation, Freizeitanbieter, Öffentlicher Verkehr, Reisebüros und Anbieter von SWISS•TRACs sollten ihr besonderes Wissen, das sie auf Grund ihrer beruflichen Stellung besitzen, dem Diplomarbeitsteam als Grundlage für die Erarbeitung des angestrebten Konzeptes zur Verfügung stellen.

[13] http://de.wikipedia.org/wiki/Prim%C3%A4rforschung
[14] *http://arbeitsblaetter.stangl-taller.at/Forschungsmethoden/Interview.shtml*

2.2.1 Interviewleitfäden

Einerseits liegt die Besonderheit der im Lehrgang „Management & Umwelt“ zu erstellenden Diplomarbeit darin, dass sie als Gruppenarbeit bewerkstelligt werden muss (die gegenständliche Diplomarbeit wird von 4 DiplomandInnen erarbeitet), andererseits wurde vom Diplomarbeitsteam für die notwendige Datensammlung eine hohe Anzahl von Interviews (40) angestrebt. Den Schwierigkeiten der Datenerhebung bei unterschiedlichen ExpertInnen durch unterschiedliche DiplomandInnen sollte durch die Verwendung eines Interviewleitfadens begegnet werden, weil der Interviewleitfaden sicher stellt, dass in einer größeren Anzahl von Interviews gleichartige Informationen erhoben werden und dass in jedem Interview alle Informationen erhoben werden, die man auch tatsächlich braucht.

Als Erhebungsinstrument wurden halbstrukturierte Leitfäden erstellt, die zwar konkrete Fragen vorsehen, den InterviewerInnen aber weitgehende Freiheit darüber belassen, welche Frage wann in welcher Form gestellt wird. Auf diese Art der Sammlung von Informationen hat sich das Projektteam festgelegt und führte daher leitfadenunterstützte ExpertInneninterviews durch.

Die Interviewleitfäden wurden derart zusammengestellt, dass sie für die einzelnen ExpertInnengruppen hinsichtlich mancher Fragenkomplexe spezifiziert sind. Folgende Hauptthemen wurden vorgegeben:

- Anforderung an die Infrastruktur im Projektgebiet
- Produkt- und Preisgestaltung
- Kommunikation und Distribution
- Die barrierefreien BesucherInnenangebote des Nationalparks im regionalen Kontext
- An- und Abreise bzw. Mobilität mit öffentlichem Verkehr
- SWISS•TRAC-relevante Fragen
- Förderungen
- Allgemeine Fragen, Stimmungsbild
- Nachbesprechung

Diese Hauptthemen wurden durch weitere Fragen konkretisiert. Zu jeder Frage wurde der diesbezügliche Hintergrund angeführt und es wurde festgehalten, worauf bei der Fragestellung besonders zu achten ist.

Inhaltlich wurden die Fragen des Leitfadens nach ausführlicher Literaturrecherche in einem von den DiplomandInnen gemeinsam abgehaltenen Brainstorming gesammelt, persönlich durch das Projektteam sowie durch ProjektbetreuerInnen auf Plausibilität geprüft, reduziert, sortiert und schließlich im Leitfaden (siehe Anhang) formuliert.

2.2.2 Die interviewten StakeholderInnengruppen

Unter StakeholderInnen werden Personen, Vereine oder Institutionen verstanden, die als Betroffene, InteressentInnen oder WissensträgerInnen gegenüber dem Nationalpark Ge-

säuse auftreten. Mit diesen doch sehr unterschiedlichen StakeholderInnen und den dafür abgestimmten Fragebögen ist es dem Projektteam möglich gewesen, ein sehr umfangreiches Konzept für die Barrierefreiheit des Nationalparks zu erstellen.

Die Interviewleitfäden wurden nach folgenden StakeholderInnengruppen unterteilt:

- Behindertenorganisationen
- Reisebüros
- Anbieter barrierefreier Freizeitangebote
- Öffentlicher Verkehr (ÖV)

Im Folgenden werden die StakeholderInnengruppen beschrieben:

Behindertenorganisationen

Als Behindertenorganisationen wurden von uns Institutionen ausgewählt, die sich mit einem oder auch mehreren Behinderungsthemen befassen, wie z. B.: Gehörlosenverbände, Verbände für sehbehinderte oder blinde Menschen, Arbeitsgemeinschaft für Rehabilitation usw.

Reisebüros

Hier wurde vor allem darauf Wert gelegt, dass die von uns als StakeholderInnen gewählten Reisebüros sich schon mit Barrierefreiheit im Reiseangebot beschäftigt hatten.

AnbieterInnen barrierefreier Freizeitangebote

Als wichtige InterviewpartnerInnen hatten Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe sowie AnbieterInnen von Freizeitangeboten im näheren Umfeld um den Nationalpark einen vorrangigen Stellenwert. Es wurden aber auch InterviewpartnerInnen mit interessanten barrierefreien Angeboten aus anderen Bundesländern und auch aus dem benachbarten Ausland gewählt.

Öffentlicher Verkehr

Der öffentliche Verkehr war durch große und kleinere Mobilitätsanbieter vertreten, wie z.B. die Österreichischen Bundesbahnen und Wiener Linien bis hin zu Rufbussen und Taxiunternehmen.

2.2.3 Durchführung der Interviews

Die Interviews wurden mit den ausgewählten StakeholderInnen geführt. Im Vorfeld wurden alle betroffenen InterviewpartnerInnen (siehe Anhang B StakeholderInnenliste) telefonisch kontaktiert, und auf Wunsch bzw. nach Zusage eines Interviewtermins wurde das vom Projektteam erarbeitete Grundkonzept über barrierefreie BesucherInnenangebote im Nationalpark Gesäuse sowie eine schriftliche Terminbestätigung übermittelt. Die potentiel-

len InterviewpartnerInnen wurden über die Ziele der Untersuchung und über die Art und Weise ihrer Mitwirkung informiert.

Der Ort des Interviews wurde von den StakeholderInnen festgelegt, wobei in überwiegender Zahl Büroräumlichkeiten am Arbeitsplatz der ExpertInnen gewählt wurden. Es wurden immer einzelne ExpertInnen von einzelnen InterviewerInnen befragt. Vor Beginn der Interviews wurde das Grundkonzept der Diplomarbeit vorgestellt. Die Zeitdauer der Interviews betrug durchschnittlich 90 Minuten. Die Antworten wurden stichwortartig mitgeschrieben, gleichzeitig wurde das Gespräch aber auch auf Tonband aufgenommen

2.2.4 Auswertung der Interviews

Grundlage für die Auswertung waren die transkribierten Tonbandaufzeichnungen sowie die handschriftlichen Vermerke auf den Fragebögen. Schon im Rahmen der Transkription wurde eine Paraphrasierung, also eine sinngemäße Wiedergabe der Inhalte eines Interviews, durchgeführt.

Die Auswertung an sich erfolgte in einem 5-stufigen Verfahren nach Meuser und Nagel, 1991. Dabei wird folgendermaßen vorgegangen:

„Paraphrasierung und Markierung der Inhalte, die sich auf ein Thema/eine Frage beziehen. Auch neue Aspekte bzw. Themen werden dabei berücksichtigt.

Zuordnung der paraphrasierten Textstellen eines Interviews zu Themen (Überschriften). Dabei wird die Terminologie der Interviewten aufgegriffen. Textstellen mit ähnlichen Themen innerhalb eines Interviews werden zusammengestellt und zu einem Thema zusammengefasst, das alle Inhalte abdeckt.

Die Textstellen der einzelnen Interviews werden miteinander verglichen und thematisch zusammengestellt. Die Überschriften werden vereinheitlicht.

Konzeptualisierung, indem eine Ablösung von der Terminologie der Interviewten und eine Formulierung in wissenschaftlicher Sprache erfolgt. Dabei werden theoretische Wissensbestände und andere empirische Studien berücksichtigt. Die Verallgemeinerung bleibt jedoch auf das vorliegende Material beschränkt.

Theoretische Generalisierung durch Einbeziehung entsprechender Theorien bzw. theoretische Ordnung der Themen in ihrem internen Zusammenhang.“ [15]

Die Validierung der Ergebnisse erfolgte in der Weise, als die vorgenommenen Interpretationen durch die Beteiligung mehrerer Personen an Schlüssigkeit gewannen. Durch ständige Diskussion wurde ein systematischer Vergleich der jeweiligen Interpretationen erreicht. Darüber hinaus durchzog die gesamte Diplomarbeit die Reflexionsmöglichkeit durch die Projektbetreuung. [16,17]

[15] Meuser-Nagel (1991), S. 54
[16] Gläse-Laudel
[17] Ney et al.

2.3 Die SWOT-Analyse

SWOT ist ein englisches Akronym für Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Gefahren). Im strategischen Management wird die SWOT-Analyse, eine einfache und flexible Methode, als Werkzeug eingesetzt und bildet eine wichtige Grundlage für den Marketingplan. [18,19] Sein Fundament ist die Situationsanalyse.

Um eine SWOT-Analyse zu erstellen, wird folgendermaßen vorgegangen:

1. sowohl die unternehmensinternen als auch die unternehmensexternen Daten und Fakten werden im Rahmen der SWOT-Analyse ausgewertet.
    a. Die Stärken und Schwächen des eigenen Unternehmens werden in der „internen Analyse“ der SWOT-Analyse ermittelt.
    b. Zusätzlich werden die Chancen und Gefahren aus der Sicht des Marktes, in dem das Unternehmen tätig ist, sowie die den Markt beeinflussenden Umweltfaktoren in der sogenannten „externen Analyse“ abgebildet.
2. Anhand des erhaltenen Überblicks werden ein Vergleich mit anderen Unternehmen und die Ableitung von Maßnahmen, die für die Erreichung der Unternehmensziele und damit für die Erstellung eines Marketingplans notwendig sind, möglich.[20]
3. Den nächsten Schritt bildet die Verknüpfung von Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren in der sogenannten SWOT-Matrix durch:
    a. Nutzenmaximierung aus Stärken und Chancen und
    b. Minimierung der Verluste aus Schwächen und Gefahren[21]

Dabei wird, wie auf controlling-portal.de zu finden, aufgelistet nach Kombinationen gesucht wie in nachfolgender SWOT-Matrix (Tabelle 1) dargestellt:

- *„SO-Strategien: Durch die Stärken des Unternehmens sollen die Chancen genutzt werden z.B. durch Expansion und Neuentwicklung von Produkten.*
- *ST-Strategien: Durch die Stärken des Unternehmens sollen Risiken, die das Unternehmen bedrohen, entschärft werden.*
- *WO-Strategien: In dem die Schwächen abgebaut werden, sollen Chancen genutzt werden.*
- *WT-Strategien: Durch den Abbau von Schwächen sollen Risiken reduziert werden.“*[22]

[18] Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/SWOT-Analyse, aufgerufen am 22.02.2010
[19] Nagl, S.22
[20] Nagl, S.22
[21] Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/SWOT-Analyse, aufgerufen am 22.02.2010
[22] Quelle: http://www.controllingportal.de/Fachinfo/Grundlagen/SWOT-Analyse.html, aufgerufen am 5.05.2010

Tabelle 1: SWOT-Matrix[23]

SWOT-Analyse		Interne Analyse	
		Strengths (Stärken)	**Weaknesses (Schwächen)**
Externe Analyse	**Opportunities (Chancen)**	*Strategische Zielsetzung für S-O*: Verfolgen von neuen Chancen, die gut zu den Stärken des Unternehmens passen.	*Strategische Zielsetzung für W-O*: Schwächen eliminieren, um neue Möglichkeiten zu nutzen.
	Threats (Gefahren)	*Strategische Zielsetzung für S-T*: Stärken nutzen, um Bedrohungen abzuwenden.	*Strategische Zielsetzung für W-T*: Verteidigungsstrategien entwickeln, um vorhandene Schwächen nicht zum Ziel von Bedrohungen werden zu lassen.

[23] Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/SWOT-Analyse, aufgerufen am 22.02.2010

3 Grundlagen zu Barrierefreiheit

3.1 Begriffsbestimmungen

3.1.1 Barrierefreiheit

Zunächst wird der Begriff „Barrierefreiheit“ betrachtet. „Wikipedia – die freie Enzyklopädie“ definiert Barrierefreiheit so, *„**[…]**, dass Gegenstände, Medien und Einrichtungen so gestaltet werden, dass sie von jedem Menschen unabhängig von einer eventuell vorhandenen Behinderung uneingeschränkt benutzt werden können.“*[24]

§ 6 Abs. 5 des Bundes-Behindertengleichstellungsgesetzes besagt, *„barrierefrei sind bauliche Anlagen, Verkehrsmittel, technische Gebrauchsgegenstände, Systeme der Informationsverarbeitung sowie andere gestaltete Lebensbereiche, wenn sie für Menschen mit Behinderungen in der allgemeinen üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe zugänglich und nutzbar sind.“*

3.1.2 Behinderung

Gemäß § 3 des Bundes-Behindertengleichstellungsgesetzes ist Behinderung *„die Auswirkung einer nicht nur vorübergehenden körperlichen, geistigen oder psychischen Funktionsbeeinträchtigung oder Beeinträchtigung der Sinnesfunktion, die geeignet ist, die Teilhabe am Leben in der Gesellschaft zu erschweren. Als nicht nur vorübergehend gilt ein Zeitraum von mehr als voraussichtlich sechs Monaten.“*

Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) definiert „Behinderung“ durch die folgenden Begriffe:[25]

- *„impairment (Schädigung) – Mängel oder Abnormitäten der anatomischen, psychischen oder physiologischen Funktionen und Strukturen des Körpers*
- *disability (Beeinträchtigung) – Funktionsbeeinträchtigung oder -mängel auf Grund von Schädigungen, die typische Alltagssituationen behindern oder unmöglich machen*
- *handicap (Behinderung) – Nachteile einer Person aus einer Schädigung oder Beeinträchtigung“*

Behinderungen werden in „Wikipedia – die freie Enzyklopädie“[26] in folgende Kategorien eingeteilt:

- *„körperliche Behinderung,*
- *Sinnesbehinderung (Blindheit, Gehörlosigkeit, Schwerhörigkeit, Taubblindheit),*

[24] *Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Barrierefreiheit*
[2] Vgl. http://behinderung.org/definit.htm
[26] Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Behinderung

- *Sprachbehinderung,*
- *psychische (seelische) Behinderung,*
- *Lernbehinderung,*
- *geistige Behinderung.“*

3.1.3 Diskriminierung

Dem Wort „Diskriminierung“ liegt das lateinische Wort „discriminare“ (unterscheiden, trennen) zu Grunde. Es bedeutet ganz allgemein das Herabsetzen und Benachteiligen und damit das Aussondern eines Angehörigen einer Gruppe, so dass dieser keine oder nur wenige der Chancen hat, die den übrigen Gruppenmitgliedern zustehen.[27]

Im Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz wird zwischen unmittelbarer und mittelbarer Diskriminierung unterschieden.

Gemäß § 5 Abs. 1 Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz liegt eine unmittelbare Diskriminierung vor, *„wenn eine Person auf Grund einer Behinderung in einer vergleichbaren Situation eine weniger günstige Behandlung erfährt, als eine andere Person erfährt, erfahren hat oder erfahren würde.“*

Gemäß § 5 Abs. 2 Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz liegt eine mittelbare Diskriminierung vor, *„wenn dem Anschein nach neutrale Vorschriften, Kriterien oder Verfahren sowie Merkmale gestalteter Lebensbereiche Menschen mit Behinderungen gegenüber anderen Personen in besonderer Weise benachteiligen können, es sei denn, die betreffenden Vorschriften, Kriterien oder Verfahren sowie gestalteter Lebensbereiche sind durch ein rechtmäßiges Ziel sachlich gerechtfertigt und die Mittel sind zur Erreichung dieses Zieles angemessen und erforderlich.“*

3.2 Zielgruppenbeschreibung

Die verschiedenen Arten von Behinderung können folgendermaßen eingeteilt werden[28]:

- Körperliche Behinderungen
- Sensorische Behinderungen
- Lernschwierigkeiten („geistige Behinderungen“)
- Andere Behinderungen

Die Abbildung 2 stellt die Zielgruppen barrierefreier Angebote in Piktogrammen dar: RollstuhlfahrerInnen, gehörlose Menschen, Menschen mit Hörbehinderung, blinde Menschen, ältere Menschen, Menschen mit Lernschwierigkeiten, sehbehinderte Menschen, Familien und Menschen mit einer Gehbehinderung.

[27] Vgl. BMSK (2007)
[28] vgl: www.atempo.at/sudmobil/handbuch/pdf/31.pdf+Behinderung+%2B+Arten&hl=de&gl=at&sig=AFQjCNGOYc0HO1-V6eSOhXkM-tQhnhtz_w, 11.11.09

Abbildung 2: Piktogramme „Zielgruppen barrierefreier Angebote“[29]

In der von der Europäischen Union jährlich vorgeschriebenen „Erhebung zu den Einkommens- und Lebensbedingungen“ (eng. „EU-Statistics on Income and Living Conditions“, kurz EU-SILC) wird zwischen „Behinderung im engeren Sinn“ und „Behinderung im weiteren Sinn“ unterschieden.

„Als behindert im engeren Sinn werden in EU-SILC alle jene bezeichnet, die bei der Befragung angaben, eine subjektiv wahrgenommene starke Beeinträchtigung bei der Verrichtung alltäglicher Arbeiten, die mindestens schon sechs Monate andauert, zu haben. Dies sind laut EU-SILC hochgerechnet ca. 630.000 Personen.“ (Anmerkung der VerfasserInnen: in Österreich)[30]

„Als behindert im weiteren Sinn werden Personen bezeichnet, die bei der Befragung angaben, chronisch krank zu sein, aber keine starke Beeinträchtigung bei der Verrichtung alltäglicher Arbeiten zu haben. Behindert im weiteren Sinn sind hochgerechnet rund eine Million Menschen.“[31] Auch diese Zahl wurde für die Republik Österreich erhoben und hochgerechnet.

Die Tabelle 2 führt die Behinderungsarten nach „behindert im engeren Sinn“ und „behindert im weiteren Sinn“ an:

Tabelle 2: Menschen mit Behinderungen im engeren und weiteren Sinne[32]

behindert im engeren Sinn	behindert im weiteren Sinn
Analphabeten	ältere Personen
Blinde und sehbehinderte Personen	kleine Kinder
chronisch erkrankte Personen	klein- und großwüchsige Personen
gehbehinderte Personen	werdende Mütter
gehörlose, schwerhörige und ertaubte Personen	Personen mit vorübergehenden Unfallfolgen
geistig und lernbehinderte Personen	Personen mit schwerem oder unhandlichem Gepäck
greifbehinderte Personen	Personen mit Kinderwagen

[29] Quelle: http://icons.anatom5.de/ und http://www.natko.de/index.php/news/121/106/d,projekte_detail
[30] BMASK (2008), S. 9
[31] ebenda
[32] Modifiziert nach ADAC (2003), S. 14

behindert im engeren Sinn	behindert im weiteren Sinn
Menschen im Rollstuhl	übergewichtige Personen
Personen mit Gleichgewichtsstörungen	Personen mit postoperativen Beeinträchtigungen
Personen mit Sprachstörungen	
psychisch und seelisch behinderte Personen	

Berdel et al (2003) teilen die Formen von Behinderungen anders ein, mehr Information dazu auf Seite 62.

Als behindert im engeren oder im weiteren Sinn gelten dementsprechend laut EU-SILC ca. 1,6 Mio. Personen in Österreich zwischen 16 und 64 Jahren. Für Personen unter 16 Jahren liegen keine Daten vor, daher scheinen sie hier nicht auf.[33]

3.2.1 Zahlen zu Menschen mit Behinderung

Die nachfolgenden Daten stammen aus einer Befragung zum Thema „Menschen mit Beeinträchtigungen" der Statistik Austria von Oktober 2007 bis Februar 2008 von 8.195 zufällig ausgewählten Personen (hochgerechnet dann auf rund 8,2 Mio. Personen), die das Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz beauftragte.[34]

In Österreich ist die Gruppe der Personen mit Mobilitätsbeeinträchtigung mit hochgerechnet 1 Mio. Personen oder 13 % der Bevölkerung am größten.

Chronische Beeinträchtigungen wie z.B. Allergien, Bluthochdruck, Migräne, Asthma, Diabetes oder chronische Schmerzen haben 579.000 Personen (7,0 % der Bevölkerung).

Rund 318.000 Personen, das entspricht 3,9 % der österreichischen Bevölkerung, sind blind oder haben eine Sehbeeinträchtigung.

Nervliche und psychische Probleme gaben 205.000 Personen bzw. 2,5 % der Bevölkerung an.

Hörprobleme liegen mit rund 202.000 Personen, das entspricht 2,5 %, an fünfter Stelle.

1,0 % der Bevölkerung, das sind rund 85.000 Personen, haben Lernschwierigkeiten, Probleme mit dem Sprechen rund 63.000 Personen (0,8 % der österreichischen Bevölkerung).

Mehrere dauerhafte Beeinträchtigungen weisen ca. 580.000 Personen auf, das sind 7,0 % der Bevölkerung, wobei vorrangig ältere, allein lebende Frauen davon betroffen sind.

Die Abbildung 3 stellt die Verteilung der einzelnen Beeinträchtigungsarten nach Geschlecht dar. Die Beeinträchtigungsart „chronische Krankheiten" beinhaltet Erkrankungen

[33] Vgl. BMASK (2008), S. 9
[34] BMASK (2008), S. 10

wie Herzkrankheit, Bluthochdruck, Blutniederdruck, Gefäß- und Durchblutungsstörungen (in den Beinen) sowie Schlaganfall.

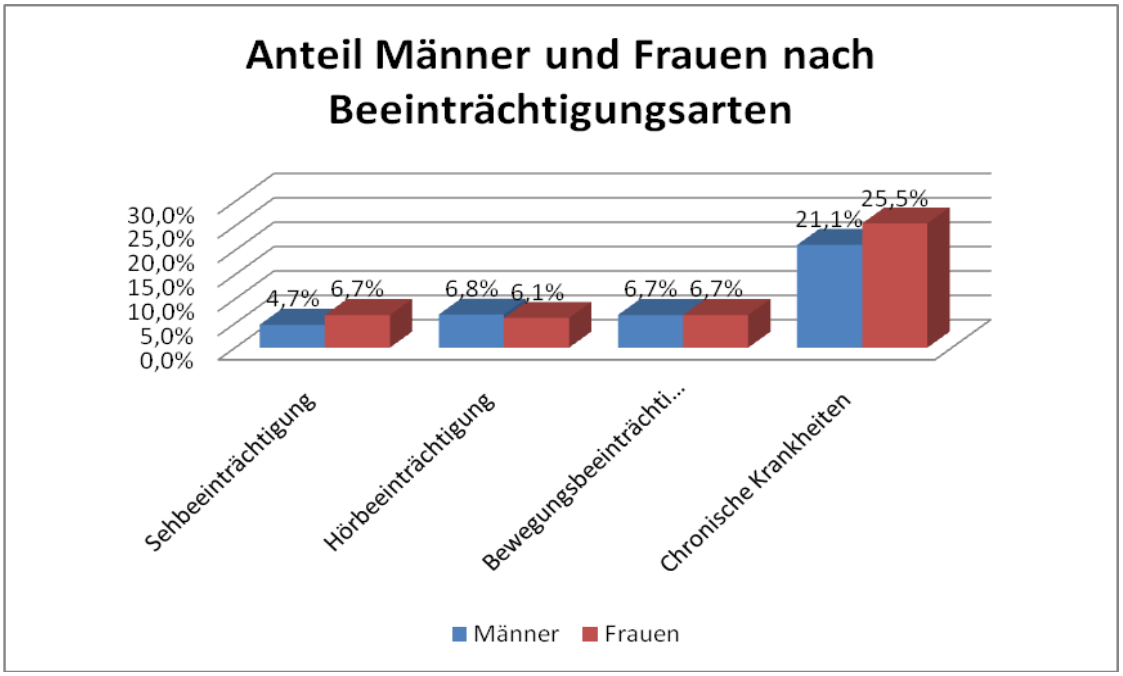


Abbildung 3: Anteil körperlich Beeinträchtigter nach Beeinträchtigungsarten[35]

Der Anteil der älteren Bevölkerung wächst, wie auch aus den Daten der österreichischen Volkszählung 2001 hervorgeht (siehe Abbildung 30 im Anhang). Die Altersgruppe der über 60jährigen hat in den letzten 20 Jahren in Zehnjahresschritten jeweils um einen Prozentpunkt zugenommen (1981: 19,24 %; 1991: 20,07 %) und lag im Jahr 2001 bereits bei 21,07 % oder, in absoluten Zahlen dargestellt, bei 1.692.736 Personen. Auch die Zahl der Personen im Alter von 75 Jahren und älter ist von 6,1 % im Jahr 1982 über 6,7 % 1991 auf 7,24 % (rund 582.000 Personen) im Jahr 2001 gestiegen.

Die letzte Vorausberechnung erstellte STATISTIK AUSTRIA im Oktober 2009 und betrachtete hierbei die Zeitspanne von 2009 bis 2075. Was die schon vorher angesprochene Zielgruppe der Personen im Alter von und über 60 Jahren anbelangt, so ist eine weitere Steigerung auf 26,1 % im Jahr 2020 bis zu knapp 34 % im Jahr 2075 zu erwarten, also auf ein Drittel der Gesamtbevölkerung.

Zu beachten sind laut der von den StakeholderInnen gegebenen Antworten außerdem die Zielgruppe „Single mit Kind(ern)“, die in den letzten Jahren einen wachsenden Markt darstellt (siehe dazu auch Abbildung 32 im Anhang), sowie Rehakliniken und Firmen, die Menschen mit Behinderungen angestellt haben und immer wieder auf Suche nach Zielen für einen Betriebsausflug sind.

[35] Eigene Darstellung, leicht mod. Nach Statistisches Zentralamt (1998), Tabelle 13

Die Gruppe „Familie mit Kind(ern)“ hatte im Jahr 2008 einen Anteil von 48,54 % an den „Familien“, dazu kommen noch alleinerziehende Mütter und Väter mit 12,73 %, bezogen auf die Gesamtzahl der „Familien“.

Schwer in Zahlen fassen lässt sich die Zielgruppe „Großeltern mit Enkel(n)“. Aus statistischen Tabellen, wie z.B. Abbildung 33 im Anhang, kann herausgelesen werden, dass die Anzahl an älteren Personen stetig zunimmt. Viele Menschen bleiben bis ins hohe Alter agil, woraus abgeleitet werden kann, dass Großeltern nach Beendigung ihrer Erwerbstätigkeit ihr Pensionsleben aktiv gestalten und vermehrt Freizeitaktivitäten nachgehen. Diese verbringen sie oft mit ihren Enkelkindern gemeinsam, da es inzwischen üblich ist, dass Frauen nicht mehr so lange in Mutterschaftskarenz bleiben, und die Kinder somit eine Betreuung benötigen. Darüber hinaus ist es auch unbestritten, dass die Beziehung zwischen Enkeln und Großeltern sehr wichtig ist. Aus Befragungen geht hervor, dass die Großeltern die mit den Enkeln verbrachte Zeit als besonders wertvoll ansehen. [36]

3.3 Rechtliche Aspekte

Der Betrieb eines Nationalparks und insbesondere das Angebot, den Nationalpark zu Zwecken der Bildung und der Erholung erlebbar zu machen erfordert die Berücksichtigung einer Vielzahl von Rechtsvorschriften. Die Erstellung eines barrierefreien Besucher-Innenangebotes bedarf darüber hinaus der Betrachtung von weiteren rechtlichen Aspekten, die im Folgenden skizziert werden sollen.

3.3.1 Nationalpark – grundsätzliche rechtliche Regelungen

Gemäß § 2 des Gesetzes über den Nationalpark Gesäuse, LGBl. Nr. 61/2002, wird als eines der Ziele der Errichtung und des Betriebes des Nationalparks *„die Erlebbarkeit des Gebietes für den Menschen zum Zwecke der Bildung und Erholung“* genannt. Diese Zielsetzung ist auch im Artikel 3 Abs. 1 der Vereinbarung gemäß Artikel 15a B-VG zwischen dem Bund und dem Land Steiermark zur Errichtung und zum Betrieb eines Nationalparks Gesäuse, LGBl. Nr. 70/2003, festgelegt.

Zur Erreichung dieser und anderer Ziele hat die Steiermärkische Landesregierung auf Rechtsgrundlage des § 5 des Gesetzes über den Nationalpark, LGBl. Nr. 61/2002, mit einer Verordnung, mit der der Nationalparkplan für den Nationalpark Gesäuse erlassen wird, LGBl. Nr. 16/2003, Maßnahmen zur Sicherung der Erlebbarkeit des Gebietes festgelegt. In § 8 Abs. 2 dieser Verordnung wird betont, dass *„die Erreichbarkeit und der Zugang zum Nationalpark zu Fuß, mit dem Fahrrad und öffentlichen Verkehrsmitteln zu fördern sind, wobei in sachgerechter Weise die Interessen körperbehinderter Menschen berücksichtigt werden sollen.“*

§ 8 Abs. 2 des Gesetzes über den Nationalpark Gesäuse, LGBl. Nr. 61/2002, besagt, dass Maßnahmen, die zur Umsetzung des Nationalparkplans erforderlich sind, in der Natur- und Bewahrungszone gestattet sind.

[36] Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Gro%C3%9Feltern

3.3.2 Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz

In § 1 des Bundesgesetzes über die Gleichstellung von Menschen mit Behinderung (Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz – BGStG), BGBl. I Nr. 82/2005 idF. BGBl. I Nr. 67/2008, ist das Gesetzesziel genannt, wonach „*die Diskriminierung von Menschen mit Behinderungen zu beseitigen oder zu verhindern und damit die gleichberechtigte Teilhabe von Menschen mit Behinderungen am Leben in der Gesellschaft zu gewährleisten und ihnen eine selbstbestimmte Lebensführung zu ermöglichen ist.“*

Die Bestimmungen des BGStG gelten einerseits für die Verwaltung des Bundes einschließlich dessen Tätigkeit als Träger von Privatrechten und andererseits für Rechtsverhältnisse, deren Anbahnung und Begründung sowie für die Inanspruchnahme oder Geltendmachung von Leistungen außerhalb eines Rechtsverhältnisses, soweit es jeweils um den Zugang zu und die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen geht, die der Öffentlichkeit zur Verfügung stehen, und für die unmittelbare Regelungskompetenz des Bundes gegeben ist (§ 2 BGStG). Nachdem nach Artikel 4 Abs. 2 der Vereinbarung gemäß Artikel 15a B-VG zwischen dem Bund und dem Land Steiermark zur Errichtung und zum Betrieb eines Nationalparks Gesäuse die Anteile der Nationalparkgesellschaft zu je 50 % dem Bund und dem Land Steiermark vorbehalten sind, ist die Anwendbarkeit des BGStG auf den Nationalpark Gesäuse gegeben. Im Bericht des Nationalratsausschusses für Arbeit und Soziales über die Regierungsvorlage – Bundesgesetz, mit dem das Behinderteneinstellungsgesetz und das Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz geändert werden – vom 2. 4. 2008 wird überdies darauf hingewiesen, dass gemäß Artikel 7 B-VG niemand wegen seiner Behinderung benachteiligt werden darf, und sich die Republik (Bund, Länder und Gemeinden) dazu bekennt, die Gleichstellung von behinderten und nicht behinderten Menschen in allen Bereichen des täglichen Lebens zu gewährleisten. Daraus folgt für den Nationalratsausschuss, dass Bund, Länder und Gemeinden bereits seit Geltung dieser Bestimmung zur Herstellung von Gleichbehandlung verpflichtet sind.

Gemäß § 4 Abs. 1 BGStG darf auf Grund seiner Behinderung niemand unmittelbar oder mittelbar diskriminiert werden (siehe Definition von Diskriminierung in Punkt 3.1.3). Bei Verletzung des Diskriminierungsverbots hat die betroffene Person jedenfalls Anspruch auf Ersatz des Vermögensschadens und auf eine Entschädigung (gemäß § 9 Abs. 2 BGStG mindestens € 720,-) für die erlittene persönliche Beeinträchtigung (§ 9 Abs. 1 BGStG). Vor einer gerichtlichen Geltendmachung muss ein Schlichtungsverfahren bei der jeweiligen Landesstelle des Bundessozialamtes durchgeführt werden (§ 14 BGStG).

Für Neu-, Zu- und Umbauten gelten diese Regelungen bereits seit dem Inkrafttreten des BGStG (1. Jänner 2006). Bereits vor dem 1. Jänner 2006 bewilligte bauliche Anlagen sind bis 31. Dezember 2015 von baulichen Barrieren zu befreien (§ 19 BGStG). Gemäß § 19 Abs. 5 und 6 BGStG sind jedoch Verbesserungen zur Beseitigung von Barrieren schon vorher vorzunehmen, wenn die behauptete Diskriminierung ab einem gewissen Zeitpunkt erfolgt ist und der Aufwand geringfügig ist:

- Behauptete Diskriminierung ab 1. Jänner 2007 und ein Aufwand bis zu € 1.000,-
- Behauptete Diskriminierung ab 1. Jänner 2010 und ein Aufwand bis zu € 3.000,-
- Behauptete Diskriminierung ab 1. Jänner 2013 und ein Aufwand bis zu € 5.000,-.

Gemäß § 6 Abs. 1 BGStG „*liegt eine mittelbare Diskriminierung nicht vor, wenn die Beseitigung von Bedingungen, die eine Benachteiligung begründen, insbesondere von Barrieren, rechtswidrig oder wegen unverhältnismäßiger Belastungen unzumutbar wäre*." § 6 Abs. 2 BGStG ist „*bei der Prüfung, ob Belastungen unverhältnismäßig sind, insbesondere zu berücksichtigen*:

- *der mit der Beseitigung der die Benachteiligung begründenden Bedingungen verbundene Aufwand,*
- *die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der eine Diskriminierung bestreitenden Partei,*
- *Förderungen aus öffentlichen Mitteln für die entsprechenden Maßnahmen,*
- *die zwischen dem In-Kraft-Treten des BGStG und der behaupteten Diskriminierung vergangene Zeit,*
- *die Auswirkung der Benachteiligung auf die allgemeinen Interessen des durch dieses Gesetz geschützten Personenkreises,*
- *beim Zugang zu Wohnraum der von der betroffenen Person darzulegende Bedarf an der Benutzung der betreffenden Wohnung."*

Gemäß § 6 Abs. 3 BGStG sind aber für den Fall, dass die Beseitigung der Barriere unzumutbar ist, zumutbare Maßnahmen zu ergreifen, um „*zumindest eine maßgebliche Verbesserung der Situation der betroffenen Person im Sinne einer größtmöglichen Annäherung an eine Gleichbehandlung zu erwirken."*

3.3.3 Haftungsfragen

Das konzipierte barrierefreie BesucherInnenangebot bedingt ein über den bisherigen Betrieb des Nationalparks hinausgehendes Gefährdungsrisiko. Diese erhöhte Gefährdung kann durch zusätzliche Infrastruktureinrichtungen, SWISS•TRAC-Verleih, spezielle Führungen etc. hervorgerufen werden.

Haftungsrechtlich relevante Allgemeine Geschäftsbedingungen bestehen im Nationalpark Gesäuse derzeit nur für das angebotene Schulprogramm. Daneben hat die Nationalpark Gesäuse GmbH eine Haftpflichtversicherung abgeschlossen. Obwohl die Haftung durch Allgemeine Geschäftsbedingungen nur bedingt ausgeschlossen werden kann, ist zu empfehlen, dass die Allgemeinen Geschäftsbedingungen auf den allgemeinen Betrieb ausgeweitet und auf die neuen Haftungsrisiken angepasst werden. Ebenso sollte die bestehende Haftpflichtversicherung in dieser Hinsicht geprüft werden. Jedenfalls sollten RechtsExpertInnen im Hinblick auf die hier relevante Frage der Verschuldens- und Gefährdungshaftung beigezogen werden.

3.3.4 Medienrecht

Die Vermarktung des barrierefreien BesucherInnenangebotes soll im Rahmen einer umfangreichen Kommunikationspolitik auch durch die Versendung von Email-Newslettern erfolgen. Deshalb soll hier auf die diesbezüglichen Anforderungen nach dem Mediengesetz eingegangen werden.

§ 1 Zi. 5a lit. c Mediengesetz MedienG, BGBl. Nr. 314/1981 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 49/2005, definiert Email-Newsletter als *„periodisches elektronisches Medium, das auf elektronischem Wege wenigstens vier Mal im Kalenderjahr in vergleichbarer Gestaltung verbreitet wird (wiederkehrendes elektronisches Medium)."*

Gemäß § 24 MedienG sind „*in jedem wiederkehrenden elektronischem Medium der Name oder die Firma sowie die Anschrift des Medieninhabers und des Herausgebers anzugeben (Impressum)"*. Gemäß § 25 MedienG hat zudem jeder Medieninhaber Offenlegungsverpflichtungen.

Für die Nationalpark Gesäuse GmbH besteht daher die

- Impressumpflicht im Newsletter:
- Firma, Anschrift (volle Postadresse)
- Offenlegungspflicht im Newsletter oder auf einer Website:
- Unternehmensgegenstand (laut Firmenbuch)

Nur bei großem Newsletter (ob ein großer Newsletter vorliegt, ist – wie bei Websites auch – nicht vom Umfang des Newsletters, sondern von dessen Inhalt abhängig. Kleine Newsletter sind solche, die keinen über die Darstellung des persönlichen Lebensbereiches oder die Präsentation des Medieninhabers hinausgehenden Informationsgehalt aufweisen, der geeignet ist, die Meinungsbildung zu beeinflussen) ist Folgendes anzuführen:

- Sitz laut Firmenbuch
- Grundlegende Richtung des Newsletters (Blattlinie)
- Geschäftsführer und Mitglieder des Aufsichtsrates
- Beteiligungsverhältnisse[37]

3.3.5 Telekommunikationsgesetz

Neben den im vorstehenden Kapitel erläuterten medienrechtlichen Bestimmungen über das Versenden von Email-Newsletter ist auf die grundsätzlichen Regelungen nach dem Telekommunikationsgesetz 2003, betreffend die Versendung von Emails, einzugehen.

Gemäß § 107 Abs. 2 TKG 2003 ist die Zusendung einer elektronischen Post – einschließlich SMS – ohne vorherige Einwilligung des Empfängers unzulässig, wenn

1. die Zusendung zu Zwecken der Direktwerbung erfolgt oder

[37] http://wko.at/wknoe/rp/mbMedienGnewsletter.pdf, Seite 2-4

2. an mehr als 50 Empfänger gerichtet ist.

Ausnahmebestimmungen von dieser Regelung finden sich in § 107 Abs. 3 TKG 2003. Demnach ist eine vorherige Zustimmung für die Zusendung elektronischer Post gemäß § 107 Abs. 2 TKG 2003 dann nicht notwendig, wenn

1. der Absender die Kontaktinformation für die Nachricht im Zusammenhang mit dem Verkauf oder einer Dienstleistung an seine Kunden erhalten hat und
2. diese Nachricht zur Direktwerbung für eigene ähnliche Produkte oder Dienstleistungen erfolgt und
3. der Empfänger klar und deutlich die Möglichkeit erhalten hat, eine solche Nutzung der elektronischen Kontaktinformationen bei deren Erhebung und zusätzlich bei jeder Übertragung kostenfrei und problemlos abzulehnen und
4. der Empfänger die Zusendung nicht von vornherein, insbesondere nicht durch Eintragung in die in § 7 Abs. 2 E-Commerce-Gesetze genannte Liste, abgelehnt hat.

Die Versendung von anonymer elektronischer Post ist prinzipiell verboten. § 107 Abs. 5 TKG 2003 bestimmt, dass die Zusendung elektronischer Post zu Zwecken der Direktwerbung jedenfalls unzulässig ist, wenn die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, verschleiert oder verheimlicht wird oder bei der keine authentische Adresse vorhanden ist, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann.

Beim Email-Versand ist auch zu beachten, dass alle Emails ein Impressum zu enthalten haben. Diesbezüglich ist die folgende Bestimmung des § 14 Abs. 1 Unternehmensgesetzbuch anzuwenden:

In das Firmenbuch eingetragene Unternehmer haben auf allen Geschäftsbriefen und Bestellscheinen, die auf Papier oder in sonstiger Weise an einen bestimmten Empfänger gerichtet sind, sowie auf ihren Webseiten die Firma, die Rechtsform, den Sitz und die Firmenbuchnummer des Unternehmers, gegebenenfalls den Hinweis, dass sich der Unternehmer in Liquidation befindet, sowie das Firmenbuchgericht anzugeben.

3.3.6 Ö-Normen

Bei der Verwirklichung des geplanten barrierefreien BesucherInnenangebotes sind vor allem im Hinblick auf die erforderlichen infrastrukturellen Maßnahmen zahlreiche Ö-Normen zu beachten. Die wichtigsten Ö-Normen in diesem Zusammenhang sind:

- ÖNORM B 1600: Barrierefreies Bauen – Planungsgrundlagen
- ÖNORM B 1601: Spezielle Baulichkeiten für behinderte oder alte Menschen – Planungsgrundsätze
- ÖNORM B 1603: Barrierefreie Tourismuseinrichtungen – Planungsgrundlagen
- ÖNORM B 1610: Barrierefreie Gebäude und Anlagen – Anforderungen für die Beurteilung der Barrierefreiheit

- ÖNORM ISO 11548-1: Kommunikationshilfen für blinde Menschen – Identifikatoren, Namen und Zuordnung zu codierten Zeichensätzen für 8-Punkt-Braille-Zeichen – Teil 1: Allgemeine Richtlinien für Braille-Identifikatoren und Bedeutungsanzeiger
- ÖNORM ISO 11548-2: Kommunikationshilfen für blinde Menschen – Identifikatoren, Namen und Zuordnung zu codierten Zeichensätzen für 8-Punkt-Braille-Zeichen – Teil 2: Zeichensätze, die auf dem lateinischen Alphabet basieren
- ÖNORM V 2100: Technische Hilfen für sehbehinderte und blinde Menschen – Taktile Markierungen an Anmeldetableaus für Fußgänger
- ÖNORM V 2102-1: Technische Hilfen für sehbehinderte und blinde Menschen – Taktile Bodeninformation – Teil 1: für Wege in Baulichkeiten und im öffentlichen Raum bei Fahrtgeschwindigkeiten bis max. 80 km/h
- ÖNORM V 2103: Technische Hilfen für sehbehinderte und blinde Menschen – Tragbare Sender zur Aktivierung von Hilfseinrichtungen für behinderte Menschen
- ÖNORM V 2104: Technische Hilfen für blinde, sehbehinderte und mobilitätsbehinderte Menschen – Baustellen- und Gefahrenbereichsabsicherungen
- ÖNORM V 2105: Technische Hilfen für sehbehinderte und blinde Menschen – Tastbare Beschriftungen und Informationssysteme

4 Analyse des Nationalparks und seines Umfeldes

4.1 Analyse des Unternehmensaufbaues und des internen betrieblichen Stimmungsbildes

Die Verwaltung des Nationalparks Gesäuse ist als GmbH organisiert, welche ausschließlich gemeinnützige Zwecke verfolgt. Die GmbH ist zu je 50 Prozent im Besitz der Republik Österreich und des Landes Steiermark. Aufbauend auf einer Vereinbarung gemäß Artikel 15a der Bundesverfassung[38], sind die Unternehmensziele bzw. Aufgaben der GmbH im Gesellschaftsvertrag für den laufenden Betrieb festgelegt. Es sind dies die Schutzfunktion zur Erhaltung der Lebensräume der Tier- und Pflanzenwelt, die Bildungs- und Erholungsfunktion sowie die Forschungsfunktion. Das Organigramm spiegelt die Unternehmensbereiche bzw. Aufgabengebiete der Nationalparkverwaltung gut nachvollziehbar wider[39].

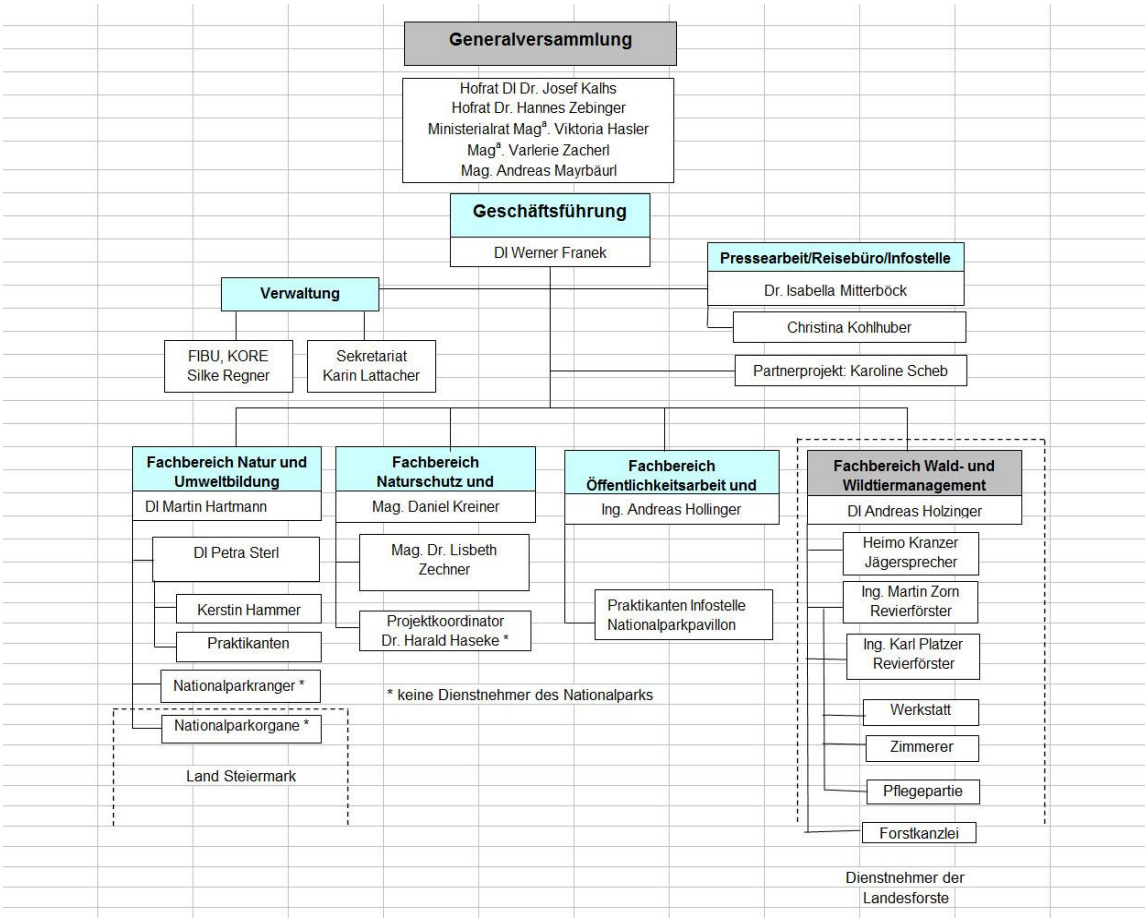


Abbildung 4: Organigramm der Nationalpark Gesäuse GmbH[40]

[38] vgl. Art. 15a B-VG, LGBl. Nr. 70/2003
[39] Quelle: Organisationshandbuch der Nationalpark Gesäuse GmbH (2005)
[40] Organisationshandbuch der Nationalpark Gesäuse GmbH (2005)

Mit Ausnahme der Bediensteten der Stmk. Landesforste vom Fachbereich Wald- und Wildtiermanagement, der Nationalparkranger, der Nationalparkorgane sowie des „Projektkoordinators“ (eines EU Projektes vom Förderprogramm „LIFE“), sind alle Bediensteten des Organigramms bei der Nationalpark Gesäuse GmbH angestellt.

Im Evaluierungsbericht „Fünf Jahre Nationalpark Gesäuse“ wird zur „internen Struktur der Nationalpark Gesäuse GmbH“ Folgendes ausgeführt:[41]

> *„Die Entwicklung, Nationalparks in Österreich durch eigenständig agierende GmbHs managen zu lassen, liegt im Trend der Zeit. Derzeit werden neben dem Nationalpark Gesäuse die Nationalparke Donauauen und Thayatal durch GmbHs geführt. Die Konstruktion hat augenscheinliche Vorteile, insbesondere in der operativen Arbeit. Diese Vorteile werden am Beispiel des Nationalpark Gesäuse sichtbar: Es sind dies eine schlanke, klare und flexible Struktur, ein hohes Maß an Eigenständigkeit und Selbstverantwortung sowie hohe Leistungsfähigkeit und Kostenbewusstsein. Gleichzeitig ist eine strategische Kontrolle durch die Eigentümer der GmbH – Bund und Land Steiermark – möglich. So können die außergewöhnlichen Aufbauleistungen des Nationalparkmanagements in den ersten fünf Jahren auch als Ausdruck dieser Struktur gesehen werden. Das Land Steiermark und der Bund als Eigentümer der GmbH können die Entwicklung des Nationalparks in seinen Grundzügen steuern, lassen der Geschäftsführung aber ausreichend Spielraum, um flexibel und rasch handeln zu können. Die GmbH ist als zeitgemäßes projektorientiertes Dienstleistungsunternehmen aufgesetzt. Dieses ist charakterisiert durch Teamarbeit, hohe Flexibilität, ungewöhnlich hohe Motivation der Mitarbeiter/innen und präzise interne Planung. Die Gliederung der Fachbereiche entspricht den Anforderungen an das Unternehmen. Mit wenigen Unschärfen sind jedem/jeder Mitarbeiter/in Funktion und Abgrenzung zu anderen Verantwortungsbereichen bis ins Detail bekannt. Das Organigramm ist klar und aussagekräftig. Die innerbetriebliche Kommunikation funktioniert aus Sicht der Evaluatoren informell aufgrund des sehr guten Betriebsklimas gut, wobei der Informationsfluss zu MitarbeiterInnen außerhalb des zentralen Verwaltungsgebäudes in Weng sowie zum externen Fachbereich „Wald- und Wildtiermanagement“ verbesserungswürdig ist.“*

Seit ca. 1,5 Jahren finden vierzehntägig BereichsleiterInnenbesprechungen statt, wodurch die bereichsübergreifende Abstimmung des Managements – insbesondere auch zum „externen“ Fachbereich Wald- und Wildtiermanagement (angesiedelt bei den Steiermärkischen Landesforsten) – effizienter gestaltet werden kann[42].

[41] Jungmeier/Scherzinger/Getzner/Pfleger (2008), S. 80
[42] Persönliche Auskunft von Mag. Daniel Kreiner, Fachbereichsleiter für Naturraummanagement und Forschung

Fazit:

Die seitens der Evaluatoren[43] attestierte hohe Motivation der NationalparkmitarbeiterInnen sowie der gut strukturierte Aufbau des Unternehmens, stellen aus Sicht der VerfasserInnen sehr günstige bzw. unabdingbare Voraussetzungen für eine erfolgreiche Umsetzung des gegenständlichen Projektes „Barrierefreie BesucherInnenangebote“ dar. Das aus Sicht der VerfasserInnen sowie aus Sicht fast aller befragten StakeholderInnen geplante Vorhaben hat einen hohen Innovationscharakter und stellt für das Nationalparkteam demnach eine große, aber sehr interessante Herausforderung dar.

4.2 Analyse der derzeitigen Situation – Umweltbildung und barrierefreie BesucherInnenangebote im Nationalpark Gesäuse

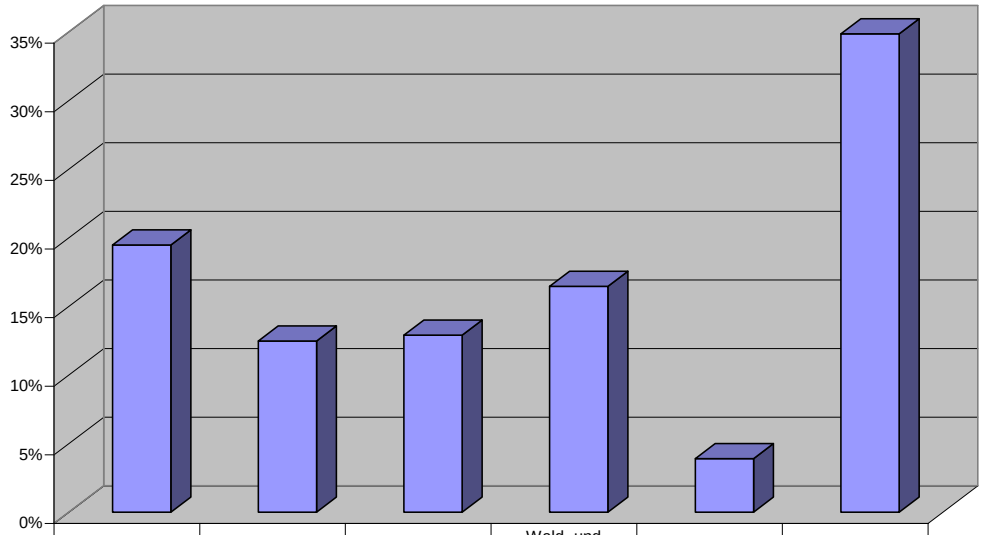
4.2.1 Vollkostenorientierte Gewichtung der Unternehmensbereiche

Für die ersten sechs Jahre seit Inbetriebnahme der Nationalpark Gesäuse GmbH (Wirtschaftsjahre 2003 bis 2008) liegen den VerfasserInnen die Jahresabschlüsse der Nationalpark Gesäuse GmbH – bestehend aus Bilanz sowie Gewinn- und Verlustrechnungen – vor. Darüber hinaus wurde von den Eigentümern auch die zweckmäßige, wirtschaftliche, sparsame und gesetzeskonforme Mittelverwendung bestätigt.

Die Nationalpark Gesäuse GmbH verfügt über ein vollständiges Rechnungswesen sowie über eine Reihe von Controllinginstrumenten. Neben der Finanzbuchhaltung gibt es eine Vollkostenrechnung. Sämtliche Kosten und Aufwendungen (Personalkosten, direkte Kosten sowie kalkulatorische Kosten wie z.B. die Abschreibung) die in der GmbH anfallen, werden projektbezogen detailliert erfasst, wobei die MitarbeiterInnen die zeitliche Inanspruchnahme für Projekte oder Arbeiten auf 15 Minuten genau aufzeichnen. Die Kostenrechnung ist der Grundpfeiler des Kosten- und Projektcontrollings. Die erforderlichen Daten zum Controlling mit einer detaillierten Aufgliederung der projektspezifischen Kosten auf Basis „Kostenstellen und Kostenarten“ können jederzeit abgerufen werden[44].

Die untenstehende Abbildung 5 zeigt eine Gewichtung der Fachbereiche auf Basis „Vollkosten“ im Jahr 2008 in Bezug zu den Basisgesellschafterzuschüssen von Bund und Land Steiermark, welche den Betrieb der Nationalpark Gesäuse GmbH sicherstellen[45]. Die „Besucherrelevanten“ Bereiche „Bildung“, „PR und Besucherservice“ sowie „Infostellen“ schlagen mit 36 % zu Buche.[46]

[43] Jungmeier/Scherzinger/Getzner/Pfleger (2008) S. 82
[44] Persönliche Auskunft durch Silke Regner, zuständig für Finanzbuchhaltung und Kostenrechnung bei der Nationalpark Gesäuse GmbH
[45] Quelle: Vollkostenauswertung 2008 der Nationalpark Gesäuse GmbH (2009)
[46] Quelle: Vollkostenauswertung 2008 der Nationalpark Gesäuse GmbH (2009)



	Bildung	Naturschutz	PR und Besucherservice	Wald- und Wildtiermanagement	Infostellen	Verwaltung/Overhead/Pacht
Basis Gesellschafterzuschuss	19%	12%	13%	16%	4%	35%

Abbildung 5: Gewichtung der Unternehmensbereiche im Bezug zu den Basis-Gesellschafterzuschüssen 2008.

Folgende Gruppen von Kostenarten bilden den Rahmen der Vollkostenrechnung für die in der Grafik angeführten sechs Fachbereiche bzw. Bereiche des Unternehmens:

- Personalkosten auf Basis „durchgängige Zeiterfassung“
- Abschreibung
- Direkte Kosten
- Erlöse (z.B. aus Verkauf von Shopprodukten und Führungserlöse)
- Zuschüsse im Rahmen von speziellen Projektförderungen

Aus dem Jahresbericht 2008 der Nationalpark Gesäuse GmbH[47] lassen sich folgende Schwerpunkttätigkeiten der Nationalparkverwaltung ableiten:

Drei der sechs (Fach)bereiche – nämlich „Bildung“, „PR und Besucherservice“ sowie „Infostellen“ – stehen in unmittelbaren Zusammenhang mit dem Bildungsprogramm bzw. den BesucherInneneinrichtungen im Nationalpark.

Der Fachbereich „Bildung“ (linke Säule der Abbildung 5) subsumiert alle Aufwendungen und Erträge, welche im Rahmen der Programmgestaltung bzw. deren Abwicklung (Jahresprogramm, Schulprogramm, sonstige Führungen etc.) sowie bei der Errichtung und Erhaltung der Bildungsinfrastruktur, wie Themenwege und Ausstellungen, anfallen.

[47] Quelle: Jahresbericht 2008

Zum Fachbereich „Naturschutz“ zählen alle Aufwendungen und Erträge, welche im Rahmen des Naturraummanagements (Artenschutz und Lebensraumschutz) sowie der Forschung anfallen.

Der Fachbereich „PR und Besucherservice“ subsumiert alle Aufwendungen und Erträge im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit sowie der Errichtung und Erhaltung der sonstigen nicht bildungsspezifischen Infrastruktur im Gelände (Beschilderung, Parkplätze, Besucherlenkung etc.).

Der Fachbereich „Wald- und Wildtiermanagement“ deckt alle Aufwendungen und Erträge im Rahmen des forstlichen Managements, wie Bestandesumwandlungen, Forstschutz, Forststraßenerhaltung, sowie des Wildtiermanagements (Regulierung der Schalenwildarten Reh-, Rot- und Gamswild) ab.

Der Bereich „Infostellen“ subsumiert im Rahmen des Betriebes der beiden Informationszentren „Infobüro Admont“ und „Nationalparkpavillon Gstatterboden“, des eigenen Reisebüros sowie die Aufwendungen und Erträge für nationalparkeigenen Shops.

Der Bereich „Verwaltung/Overhead/Pacht“ subsumiert im Wesentlichen den Bürobetrieb in der Nationalparkverwaltung sowie die Entschädigungszahlungen im Rahmen des Vertragsnaturschutzes.

Aus Abbildung 5 (siehe oben) ist gut ersichtlich, dass über 1/3 (genau 36 % im Jahr 2008) der jährlichen „Basis-Gesellschafterzuschüsse“ für den Bereich „Besucher“ aufgewendet wurden. Diese 36 % im Jahr 2008 teilen sich in 19 % für den Fachbereich „Bildung“ (erste Säule von links), 13 % für die Öffentlichkeitsarbeit und die Besucherinfrastruktur (Fachbereich „PR und Besucherservice“ – dritte Säule von links) sowie 4 % für die Besucherzentren inkl. dem eigenen Reisebüro (Bereich „Infostellen“ – fünfte Säule von links) auf. Auch in den Jahren davor schlugen diese drei „besucherrelevanten“ Bereiche mit ca. 1/3 der jährlichen Basis-Gesellschafterzuschüsse zu Buche[48].

Das gegenständliche Vorhaben „Barrierefreie BesucherInnenangebote im Nationalpark Gesäuse“ wird dem Fachbereich „Bildung“ einerseits budgetär und andererseits auch hinsichtlich der organisatorischen Zuständigkeit zugeordnet.

Fazit:

Aus der Tatsache, dass über ein Drittel der zur Verfügung stehenden Finanzmittel für den Bereich „BesucherInnen“ im Nationalpark Gesäuse aufgewendet werden (davon 19 % direkt für den Fachbereich „Bildung“), lässt sich der bedeutende Stellenwert der Umweltbildung sowie der naturverträglichen Erlebbarmachung des Nationalparks für BesucherInnen im Gesäuse ableiten. Die hohe Bedeutung der Bildungsfunktion im Nationalpark Gesäuse, sowie das hochqualifizierte, motivierte und effektiv arbeitende Team der Nationalparkverwaltung[49] stellen aus Sicht der VerfasserInnen ideale Voraussetzungen dar, zukünftig schrittweise auch Bildungsprogramme für Menschen mit Behinderung im Nationalpark zu entwickeln und anzubieten.

[48] Quelle: Vollkostenauswertungen zu den Jahresabschlüssen 2006 und 2007
[49] Jungmeier/Scherzinger/Getzner/Pfleger (2008), S. 82

4.2.2 Analyse zur Ausrichtung und Umsetzung der Natur- und Umweltbildung im Nationalpark Gesäuse

Um den betrieblichen Strategien im Rahmen der Natur- und Umweltbildung im Nationalpark Gesäuse langfristig gerecht zu werden, stützt sich diese auf folgende Schwerpunktbereiche[50]:

- Attraktive, abwechslungsreiche Sommer- und Winterprogramme mit zahlreichen Veranstaltungen, die sowohl auf die naturräumlichen Besonderheiten des Gesäuses eingehen, als auch Bezug zur kulturhistorischen Tradition der Region nehmen und die regionale Ökonomie fördern
- Schulprogramme mit einem unverwechselbaren, erlebnisorientierten Angebot und dem Schwerpunkt in mehrtägigen Projektveranstaltungen
- Langfristig ausgerichtete Partnerschaftsprojekte mit regionalen Schulen (z.B. Volksschule Hieflau, Hauptschule Admont, Landwirtschaftliche Fachschule Grabnerhof)
- Nachhaltige Einbindung von Kindern und Jugendlichen aus der Region in die Nationalparkarbeit im außerschulischen Bereich im Rahmen des Junior Ranger Programms
- Schaffung einer Bildungsinfrastruktur im Gelände, die dem neuesten Stand der Natur- und Erlebnispädagogik entspricht (z.B. Themen- und Erlebniswege), sowie die dezentrale Errichtung von personell betreuten Bildungszentren. Diese sind unter Berücksichtigung geringer Fixkosten, origineller und unverwechselbarer Beschaffenheit und höchstmöglicher Effizienz zu gestalten.
- Einsatz bestmöglich ausgebildeter und motivierter Nationalpark Ranger im Bereich der Natur- und Umweltbildung als auch im Rahmen der Gebietsaufsicht
- Sicherstellung einer kontinuierlichen, österreichweit koordinierten Aus- und Weiterbildung der Nationalparkranger
- Um dem Zeitgeist Rechnung zu tragen und dem Besucher den Wunsch nach individueller, selbstständig abrufbarer Information über den Nationalpark und seine Besonderheiten nach zu kommen, wird im Nationalpark Gesäuse der Aufbau entlehnbarer digitaler Wanderführer nach Vorbild des Schweizer Nationalparks betrieben. Das digitale Besucher-Informationssystem basiert auf PDA-Technologie mit GPS-Navigation, GPRS Datenübertragung und auf einer eigens entwickelten Software, die mit Datenbanken verknüpft ist. Die Applikation lässt sich mehrsprachig bedienen. Der Besucher wandert durch den Park und das GPS bestimmt laufend seine Position. Abfragen des Besuchers holen aus der lokalen Datenbank die gewünschten Infos zu einem Stichwort, oder zum aktuellen Standort. Mit Bookmarks können eigene Beobachtungen via GPRS auf den zentralen WebParkserver übertragen werden, welche nicht nur der Nationalparkverwaltung, sondern später auch anderen Besuchern zur Verfügung stehen.

[50] Quelle: Persönliche Information von DI Hartmann gegenüber den Verfassern sowie Strategiepapier 2008-2012:

Aus dem Studium des Jahresberichtes 2008[51] sowie persönlichen Gesprächen mit MitarbeiterInnen des Fachbereiches Natur- und Umweltbildung[52] lässt sich folgendes Bild hinsichtlich der strategischen Ausrichtung der Natur- und Umweltbildung in Nationalpark Gesäuse ableiten:

Die Natur- und Umweltbildung im Nationalpark Gesäuse strebt die Sensibilisierung für, den Dialog mit und die unmittelbare Bildung und Erfahrung am Natur- sowie Kulturraum des Gesäuses an. Ebenso steht die nachhaltige Anregung und Bekräftigung entsprechender nationalparkspezifischer Werte und Verhaltensweisen im Mittelpunkt der langfristigen Zielsetzungen.

Der derzeitige Stand der Natur- und Umweltbildung im Nationalpark ist aus Sicht des EvaluatorenInnenteams durch „*Innovative und hochwertige, teilweise einzigartige Besucher- und Bildungsangebote (Infrastrukturen, Veranstaltungen)"* gekennzeichnet. Die Nationalparkverwaltung betreibt eine „*umfassende und systematische Öffentlichkeitsarbeit in der Region und über die Region hinaus"*[53]

Aus der Analyse der Umweltbildung im Nationalpark Gesäuse lassen sich aus der Sicht der VerfasserInnen folgende Aufgabenfelder für die Umweltbildung im Gesäuse ableiten:

- Vermittlung ökologischen Grundwissens, natürlicher Zusammenhänge und der Nationalparkidee, insbesondere des „Wildnisgedankens" und der Klimaschutz-Thematik
- Vermittlung von Kenntnissen über nachhaltige Nutzungen und Entwicklung, sowie die Stärkung der Wahrnehmung von Nachhaltigkeit
- Steigerung der Akzeptanz des Nationalparks – insbesondere in der regionalen Bevölkerung – sowie die Stärkung der Glaubwürdigkeit des Naturschutzgedankens
- Planung und Durchführung von Bildungsveranstaltungen unter Berücksichtigung der ökologisch orientierten Nationalparkzielsetzungen sowie der möglichst barrierefreien Erlebbarkeit

Fazit:

Aus Sicht der VerfasserInnen stellt

- die Ausrichtung und Philosophie der Natur- und Umweltbildung im Nationalpark Gesäuse,
- die bislang geschaffenen attraktiven und innovativen Bildungsprogramme bzw. Bildungseinrichtungen,
- die ersten Bemühungen der Nationalparkverwaltung im Bereich „Barrierefreiheit"

ein zukunftsträchtiges, vielversprechendes Potential dar, um den Nationalpark Gesäuse österreichweit zu einem Schrittmacher im Bereich von barrierefreien BesucherInnenange-

[51] Jahresbericht 2008 der Nationalpark Gesäuse GmbH
[52] Persönliche Information durch DI Petra Sterl und DI Martin Hartmann vom Fachbereich Natur- und Umweltbildung der Nationalpark Gesäuse GmbH
[53] Jungmeier/Scherzinger/Getzner/Pfleger (2008), S. 12

bote in einem Schutzgebiet zu entwickeln bzw. zu positionieren. Der bereits eingeschlagene Weg sollte konsequent fortgeführt werden.

Aus Sicht der VerfasserInnen gilt es nun – nach siebenjährigem Bestehen – die Chance weiter zu nutzen, als Nationalpark durch eine konsequente und auf höchstem Niveau stehende Naturschutz- und Bildungsarbeit und als Modellregion mit dem regionalen Umfeld ein harmonisches Zusammenspiel zwischen Naturschutz und barrierefreien Bildungs- und Erholungsangeboten unter Beweis zu stellen.

Als große Herausforderung für die Zukunft wird dabei das harmonische Nebeneinander von Naturschutz und Erfüllung des Bildungsauftrages gesehen[54].

4.3 Analyse der Situation des regionalen Tourismus

Der regionale Tourismusverband "Alpenregion Nationalpark Gesäuse" umfasst folgende Gemeinden: Ardning, Admont, Hall, Weng im Gesäuse, Johnsbach, Hieflau, Landl, St. Gallen, Weißenbach an der Enns, Altenmarkt, Gams, Palfau. Die geografische Größe der Destination beträgt 764,1 km², die Einwohnerzahl beträgt 10.912. Insgesamt 155 Tourismusbetriebe verfügen über eine Bettenkapazität von 1800 und erzielten im Jahr 2007 gesamt knapp 116.000 Nächtigungen. Davon waren 62 % Inlandsgäste und 38 % Auslandsgäste, wobei von den Auslandsgästen der überwiegende Anteil aus Deutschland (ca. 66 %) stammt und je 13 % der Gäste aus Tschechien und Ungarn kommen[55].

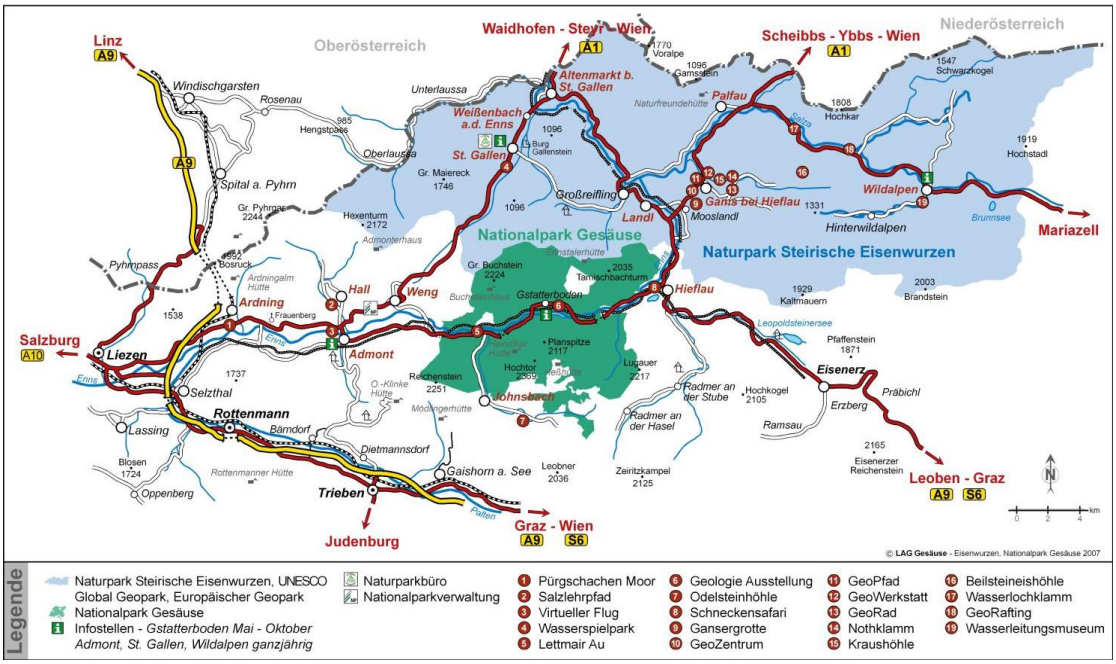


Abbildung 6: Übersichtskarte der Alpenregion Nationalpark Gesäuse[56]

In der Tourismusregion befindet sich auch der Naturpark Eisenwurzen, welcher in untenstehender Abbildung 6 hellblau eingefärbt ist. Im Gegensatz zum Nationalpark, der in der

[54] vgl. Website des Nationalpark Gesäuse: www.nationalpark.co.at
[55] Einreichunterlagen zum Tourismusaward „Eden 09“ (2009)
[56] Quelle: Bild- bzw. Grafikarchiv der Nationalpark Gesäuse GmbH

Abbildung grün dargestellt ist, sind im Naturpark die besiedelten Gebiete mit eingeschlossen. Die Tourismusentwicklung in der Nationalparkregion wird durch eine Reihe von Institutionen beeinflusst. Neben der eigentlichen Tourismusorganisation sind auch der Naturpark Steirische Eisenwurzen, das Benediktinerstift Admont und die Nationalpark Gesäuse GmbH von größerer touristischer Bedeutung. Diese Organisationen haben jedoch verschiedene Zuständigkeitsgebiete, verschiedene Aufgaben wie auch Kapazitäten, so dass ihnen jeweils unterschiedliche Rollen für die Entwicklung und das Tourismusmanagement zukommen[57].

Mit dem Projekt „Nationalpark-Partnerbetriebe“ wurde in den letzten Jahren ein ökologisches Betriebsnetzwerk aus mittlerweile über 80 Betrieben aufgebaut. Viele Partnerbetriebe, z.B. die von der österreichischen UNESCO Kommission ausgezeichnete „Nationalpark Volksschule Hieflau“, die Nationalpark-Partnerwirte, bäuerliche Direktvermarkter oder Handwerksbetriebe mit erlebbaren Schauwerkstätten wirken immer wieder aktiv bei Weidendom-Veranstaltungen mit[58].

Seit 26. Oktober 2004 wird in Admont ein Informationsbüro in Form einer Bürogemeinschaft zwischen dem Nationalpark Gesäuse und dem Tourismusverband "Alpenregion Nationalpark Gesäuse" als zentrale Anlaufstelle zur gemeinsamen Betreuung von Gästen in der Region geführt. Die Nationalpark Gesäuse GmbH betreibt zur besseren Vermarktung seiner nationalparkeigenen Angebote seit einigen Jahren ein vollkonzessioniertes Reisebüro, welches sich speziell auf SchülerInnen und Gruppenreisende spezialisiert hat und über das Pauschalgruppenangebote (inkl. Nächtigung und Verpflegung) angeboten und abgewickelt werden[59].

Aus den Einreichunterlagen zum Tourismusaward „Eden 09“ ist in Bezug zur regionalen Zusammenarbeit folgendes zu entnehmen[15]:

> *„Durch regelmäßige Sitzungen mit den wichtigsten Angebotsträgern aus der Region hat sich im Laufe der Zeit eine Reihe von Kooperationen hinsichtlich gemeinsamer Werbeaktivitäten entwickelt.“*

In Zusammenhang mit gebildeten regionalen Netzwerkpartnerschaften geht aus den Einreichunterlagen zum Tourismusaward[60] hervor, dass

> *„sich durch die regelmäßigen Kontakte zwischen den touristischen Anbietern in der Region verschiedenste Formen der Zusammenarbeit, von losen Zusammenschlüssen bis hin zu gesonderten Gremien wie der LEADER+ Aktionsgruppe gebildet haben, durch welche die regionalen Akteure für gemeinsame Aktivitäten und Projekte untereinander vernetzt sind.“*

---

[57] Persönliches Gespräch mit Dr. Isabella Mitterböck, Gewerberechtliche Geschäftsführerin des betriebseigenen Reisebüros der Nationalpark Gesäuse GmbH

[58] vgl. Broschüre der Nationalpark Partnerbetriebe (2010): auf Website des Nationalpark Gesäuse www.nationalpark.co.at

[59] Persönliches Gespräch mit Dr. Isabella Mitterböck, Gewerberechtliche Geschäftsführerin der Nationalpark Gesäuse GmbH

[60] Einreichunterlagen zum Tourismusaward „Eden 09“ (2009)

Neben gemeinsamen Messeauftritten und Informationsveranstaltungen gestalten die vier Institutionen seit Bestehen der touristischen Regionsbroschüre jeweils mehrere Seiten zur bestmöglichen Bewerbung ihrer Projekte und BesucherInneneinrichtungen. Die Finanzierung wird paritätisch geregelt. Der Regionsfolder liegt stets bei allen regionalen und überregionalen Veranstaltungen, aber auch bei sämtlichen Nationalpark- und Naturpark-Partnerbetrieben auf. Bei öffentlichen Auftritten haben die vier regionalen Partner die Möglichkeit, sich mit Personal an der Informationstätigkeit zu beteiligen.

Seit drei Jahren gibt es einen gemeinsamen Gruppenangebotsfolder, welcher einen Überblick über das umfangreiche und abwechslungsreiche Angebot in den Bereichen Natur, Kultur und Bildung bietet. Die Nationalpark Gesäuse GmbH ist sowohl über einen Sitz des Geschäftsführers in der Tourismuskommission als auch als Vorstandsmitglied in der Regionalentwicklung Gesäuse in das touristische Geschehen der Region eingebunden.

Die Bürogemeinschaft im Informationsbüro Admont wird aus Sicht des Tourismusverbandes generell als sehr positiv bewertet[61].

Fazit:

Die Kooperation mit den vier regionalen Angebotsträgern führt aus Sicht der VerfasserInnen zu neuen Chancen in der Angebotsprofilierung, insbesondere auch in Zusammenhang mit „barrierefreiem Tourismus bzw. Freizeitangeboten“. Bei konsequenter Weiterentwicklung kann dies zu einem nicht unbedeutenden regionalen Ausstrahlungseffekt und somit zu maßgeblichen Entwicklungsimpulsen für die Region führen.

Weiters trägt der Nationalpark Gesäuse aus Sicht der VerfasserInnen mit seinen wertvollen, erlebnisorientierten Einrichtungen und Besuchsangeboten zu einer bedeutenden Attraktivitätssteigerung bei, die neue Vermarktungsmöglichkeiten für das Schutzgebiet aber auch für die gesamte Tourismusregion eröffnen.

Die Nationalpark Gesäuse GmbH tritt mit seinem vollkonzessionierten Reisebüro selbst als Anbieter auf, wodurch die Tourismusentwicklung in der Region aus Sicht der VerfasserInnen noch zusätzlich gestärkt wird. Unter der Voraussetzung, dass entsprechende personelle Ressourcen sichergestellt werden, könnte das Reisebüro verstärkt im Bereich des touristischen „Incomings“ für die Buchung von Führungen bzw. Pauschalen im Rahmen von barrierefreien BesucherInnenangeboten fungieren.

4.4 Analyse der Situation des öffentlichen Verkehrs

Durch den Nationalpark bzw. auch durch die umliegende Tourismusregion führt eine Eisenbahnlinie, allerdings ohne Personenverkehr. Lediglich am Wochenende gibt es noch eine Zugverbindung ab Wien (samstags) bzw. nach Wien (sonntags), die als Erlebniszug geführt wird. In diesem Fall sind die Bahnhöfe Liezen, Selzthal sowie Kleinreifling bzw. Weissenbach a.d. Enns die Ankunftsbahnhöfe für BesucherInnen des Nationalparks bzw. der „Tourismusregion Alpenregion Nationalpark Gesäuse“. Von dort verkehren zumindest

[61] Persönliches Gespräch mit Thomas Drechsler, Direktor des Tourismusverbandes „Alpenregion Nationalpark Gesäuse“

im Zweistundentakt Busse in Richtung Nationalpark bzw. in die Tourismusregion. Darüber hinaus gibt es zwei Rufbuslinien und zwar einerseits im östlichen Teil der Tourismusregion von Großreifling nach Palfau und weiter nach Göstling/Ybbs (NÖ) und retour, sowie andererseits von Admont nach Johnsbach und retour. Im Frühjahr 2010 wurde ein Ruftaxibetrieb „Kaiserau-Shuttle“ von Admont über Schloss Röthelstein nach Kaiserau und retour eingeführt[62].

Folgende Buslinien verkehren in der „Tourismusregion Alpenregion Nationalpark Gesäuse“[63]:

- Linie 910 (ÖBB-Postbus GmbH): Liezen – Admont – St. Gallen – Weißenbach a.d. Enns – Altenmarkt bei St. Gallen
- Linie G912 (ÖBB-Postbus GmbH): (Liezen-) Selzthal – Admont – Hieflau – Altenmarkt bei St. Gallen – Kleinreifling
- Linie 915 (ÖBB-Postbus GmbH): Admont – Kaiserau – Trieben
- Linie 917 (Anrufbus): Admont – Bachbrücke/Weidendom – Johnsbach
- Linie 921 (ÖBB-Postbus GmbH): Eisenerz – Hieflau/-Radmer
- Linie 922 (MVG regional Busbetrieb GmbH): Hinterwildalpen – Wildalpen – Landl – Hieflau – Eisenerz
- Linie 923 (Anrufbus): Göstling/Ybbs – Palfau – Großreifling

Verkehrsunternehmen und Infostellen in Zusammenhang mit der „Tourismusregion Alpenregion Nationalpark Gesäuse“[64]:

- ÖBB-Personenverkehr AG: steiermark.oebb.at
- ÖBB-Postbus GmbH: www.postbus.at
- MVG regional Busbetrieb GmbH
- Taxis und Mietwagen Firma Gerald Frei aus Eisenerz: fährt auf Linie 921
- Taxi Firma Thalhuber aus Gams: fährt auf Linien 921, 922 und 923
- Autoreisen Firma Wagner aus Admont: fährt auf Linie 917 sowie Kaiserau-Shuttle
- Mobil Zentral: alle Infos zu Fahrplan und Tarif, Tel.: 050-678910; www.verbundlinie.at; www.busbahnbim.at
- Bus- und Taxiunternehmen Firma Herrak aus Admont: fährt auf Linie „Kaiserau-Shuttle“

Situation zur Barrierefreiheit in Zusammenhang mit dem öffentlichen Verkehr in der „Tourismusregion Alpenregion Nationalpark Gesäuse“:

[62] Vgl. Fahrplanheft der „VERBUND LINIE“ Altenmarkt – St. Gallen/Hieflau – Admont – Liezen; gültig ab 13.12.2009
[63] ebenda
[64] ebenda

Die Linien 910, G912, 915 und 921 werden von der ÖBB-Postbus GmbH geführt. Die Bekanntgabe, dass ein rollstuhlgerechter Bus für eine bestimmte Fahrt benötigt wird, muss bis spätestens 1 Tag vor der Inanspruchnahme der Busfahrt bei der ÖBB-Postbus GmbH unter der Nummer 03512/44040 oder unter 0316/72819 bekannt gegeben werden. Die beiden Büros der ÖBB-Postbus GmbH sind montags bis donnerstags bis 15 Uhr bzw. freitags bis 13 Uhr telefonisch besetzt. Eine Inanspruchnahme eines rollstuhlgerechten Busses am Wochenende müsste demnach bis spätestens Freitag, 13 Uhr, unter einer der beiden Telefonnummern angemeldet werden[65].

Die Anrufbuslinie 917 von Admont nach Johnsbach bzw. retour wird durch die Firma Autoreisen Wagner aus Admont, Tel.: 03613/2406 abgewickelt. Die Firma Wagner ist ein Nationalpark Partnerbetrieb und verfügt über einen rollstuhlgerechten Kleinbus. Sollte an der Linie 917 dieser rollstuhlgerechte Bus für eine Fahrt benötigt werden, so müsste in diesem Fall eine telefonische Anmeldung für diesen Bedarf direkt bei der Firma Wagner getätigt werden.

Die Anrufbuslinie 923 von Göstling/Ybbs über Palfau nach Großreifling bzw. retour wird durch die Firma Taxi Thalhuber aus Gams, Tel.: 03687/212 abgewickelt. Auch dieses Taxiunternehmen ist ein Nationalpark Partnerbetrieb und verfügt über einen rollstuhlgerechten Kleinbus. Sollte auf der Linie 923 dieser rollstuhlgerechte Bus für eine Fahrt benötigt werden, so müsste auch in diesem Fall eine telefonische Anmeldung direkt bei der Firma Thalhuber getätigt werden.

Fazit:

Das bestehende Busangebot in der „Tourismusregion Alpenregion Nationalpark Gesäuse“ ermöglicht die Nutzung von Freizeitangeboten der Region auch ohne Privat-PKW. Der Bustakt erscheint ausreichend, teilweise aber verbesserungswürdig- bzw. ausbaufähig. Gegen Voranmeldung kann man auf allen Buslinien rollstuhlgerechte Busse in Anspruch nehmen. Die Rufbuslinie „Kaiserau-Shuttle“ ermöglicht die Anbindung des bedeutendsten barrierefreien Beherbergungsbetriebes, nämlich „Schloss Röthelstein“ in Admont. Die Einstellung des Personenzugsverkehrs durch das Gesäuse wird von den VerfasserInnen kritisch gesehen. Die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln in den Nationalpark bzw. die Tourismusregion wird dadurch aufwendiger und erschwert – speziell für Menschen mit Behinderung.

4.5 Analyse der Situation der vorhandenen und geplanten barrierefreien BesucherInnenangebote im Nationalpark Gesäuse

Eine Reihe von BesucherInneneinrichtungen im Tal bzw. in Talnähe der Enns eignen sich aufgrund ihrer Lage und Ausrichtung gut für Personen mit Mobilitätseinschränkungen:

- Nationalpark Erlebniszentrum im Weidendom
- Themenweg „Lettmair Au“

[65] Telefonische Auskunft: Mobil Zentral; Tel: 050-678910 am 21.5.2010

- Rauchbodenweg
- Geologieausstellung im Nationalparkpavillon Gstatterboden
- Umfeld des Nationalparkpavillons unter dem Motto „Landschaft in der Horizontale“ (Projektrealisierung Sommer 2010 bis Sommer 2011)
- Umfeld des Weidendoms unter dem Motto „Ökologischen Fußabdruck“ (Projektrealisierung Sommer 2010 bis Sommer 2011)

Die folgende Karte stellt die Lage dieser BesucherInneneinrichtungen im Nationalpark dar.

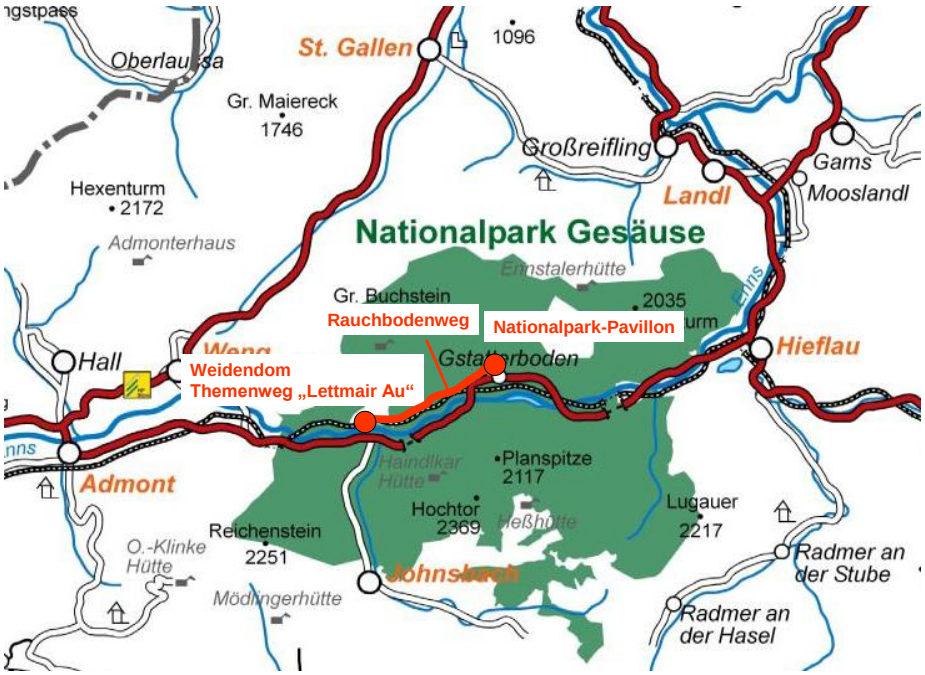


Abbildung 7: Die Lage der BesucherInneneinrichtungen im Nationalpark Gesäuse[66]

[66] Quelle: Bildarchiv Nationalpark Gesäuse: Grafik Reinmüller J. bearbeitet

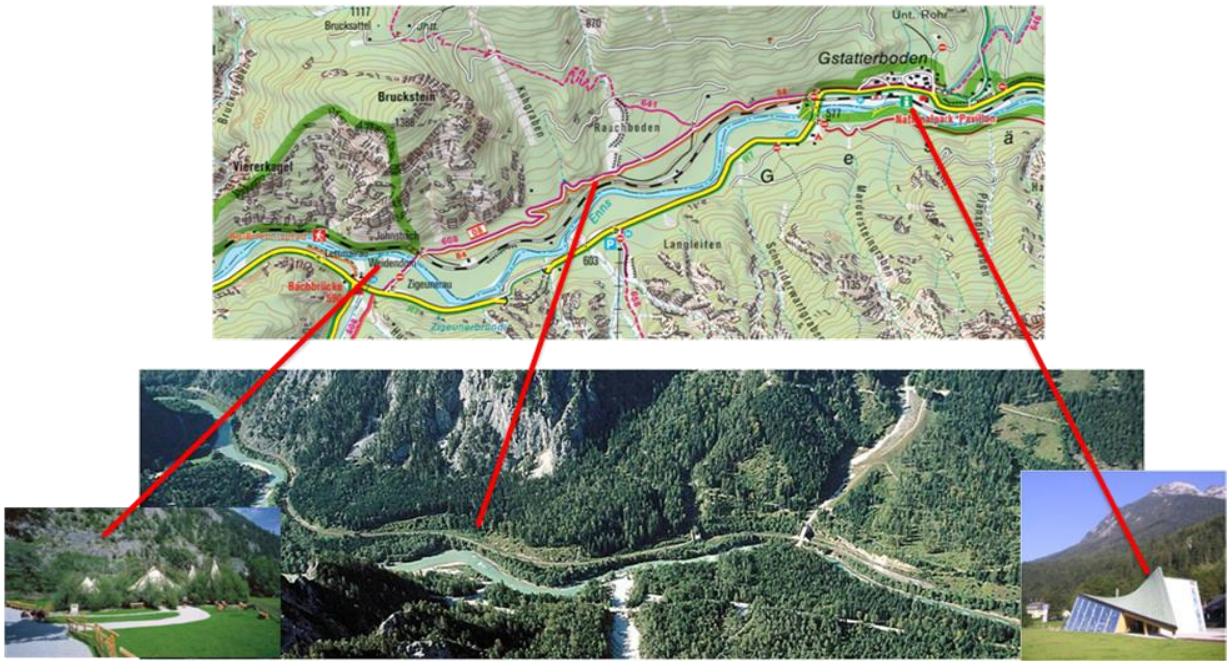


Abbildung 8: Lage des Weidendoms mit angrenzendem Themenweg in der Lettmair Au (links), Rauchbodenweg (Mitte) und Nationalparkpavillon Gstatterboden (rechts)[67]

Herzstücke der oben erwähnten bereits vorhandenen bzw. geplanten barrierefreien BesucherInneneinrichtungen sind einerseits der Weidendom und andererseits der Nationalparkpavillon in Gstatterboden. Direkt an den Weidendom angeschlossen ist der Themenweg „Lettmair Au“. Der Rauchbodenweg, ein ca. 4,5 Kilometer langer Spazierweg, verbindet den Weidendom mit dem Nationalparkpavillon in Gstatterboden. Diese Einrichtungen sind somit miteinander verbunden und stellen dadurch ein attraktives Angebot für BesucherInnen des Nationalparks Gesäuse dar.

Im Folgenden werden die vorhandenen und geplanten BesucherInneneinrichtungen im Gebiet beim „Weidendom“, „Rauchbodenweg“ sowie beim „Nationalparkpavillon“ (vgl. Abbildung 8) kurz vorgestellt und die derzeitige Situation im Hinblick „Barrierefreiheit“ analysiert.

Nationalpark Erlebniszentrum im Weidendom

Der Weidendom im Nationalpark Gesäuse ist das größte lebendige Bau(m)werk des Alpenraums. Erbaut wurde der Weidendom 2004 mit über 100 freiwilligen HelferInnen, zu welchen auch KlientInnen der Lebenshilfe zählten.

Inzwischen „sprießt und wuchert“ der Weidendom und bildet den Rahmen für das „Nationalpark-Erlebniszentrum im Weidendom“. Hier können sich die BesucherInnen über den Nationalpark informieren, an Programmen teilnehmen oder einfach nur die Seele vor dem großartigen Panorama der Hochtorgruppe baumeln lassen. Das so genannte „Forschungsprogramm“ soll jeder und jedem Interessierten die Faszination des Lebens in Bo-

[67] Quelle: Bildarchiv Nationalpark Gesäuse GmbH

den und Wasser näher bringen. Gemeinsam mit fachkundig ausgebildeten Nationalparkrangern werden Kleinstlebewesen aus dem Tümpel „gekeschert“ oder aus dem Waldboden „gesiebt“, mit Mikroskopen selbständig (unter vorheriger Anleitung) bestaunt und näher bestimmt. Abschließend erfolgt im „Mikrotheater“ die Projektion auf eine große Leinwand, um einen Einblick in das spannende Leben eines Wasserflohs oder einer Bodenmilbe zu erhalten.

In den Monaten Mai, Juni und September ist der Weidendom an den Wochenenden, im Juli und August täglich von 10:00 – 18:00 Uhr geöffnet. Gruppen können nach Voranmeldung jederzeit an einem Forschungsprogramm oder einer geführten Wanderung teilnehmen. Der Weidendom ist in den Monaten Mai, Juni und September jeweils am Samstag und Sonntag mit zumindest 2 Rangern personell besetzt, im Juli und August täglich mit mindestens 3 Rangern.

Derzeitige Situation beim Weidendom im Hinblick „Barrierefreiheit“:

Das Areal des Nationalpark-Erlebniszentrums im Weidendom ist mit einem rollstuhlgerechten WC ausgestattet, welches für Personen mit einem Eurokey rund um die Uhr zugänglich ist. Bei der Errichtung des Weidendoms wurde auf eine rollstuhlgerechte Gestaltung der Wege und Anlagen Wert gelegt. Die gesamte Anlage kann von RollstuhlfahrerInnen großteils sogar ohne Hilfe genutzt werden. Auch am BesucherInnenprogramm im Weidendom (Forschungswerkstatt) können RollstuhlfahrerInnen teilnehmen.

Abbildung 9: Der Weidendom – das größte lebendige Bau(m)werk der Alpen[68]

[68] Quelle: Bildarchiv Nationalpark Gesäuse: Foto Huber W.

Abbildung 10: Der rollstuhlgerechte Zugang zum Weidendom[69]

Folgende Erweiterungen beim Weidendom sind geplant und sollen ab Sommer 2010 umgesetzt werden (Fertigstellungstermin Frühsommer 2011):

- Anlage und barrierefreie Ausgestaltung des „Ökologischen Fußabdrucks“ (siehe Abbildung 11)
- Optimierung der barrierefreien WC-Anlage beim Weidendom
- Anlage eines barrierefreien Parkplatzes direkt beim Weidendom
- Errichtung einer „Wissenshütte Global change“ mit Bibliothek zu den Themen „Klimawandel, Umweltschutz, Erneuerbare Energie, Energiesparen“

[69] Quelle: Bildarchiv Nationalpark Gesäuse: Foto Huber W.

Abbildung 11: Der geplante erlebbare „ökologische Fußabdruck“[70]

Das Nationalpark-Erlebniszentrum soll in den kommenden Jahren, mehr noch als bisher, zum Begegnungsort werden. Die Infohütte direkt beim Weidendom wird mit einer Bibliothek zum Thema „Global change“ ausgestattet und fair gehandelte und biologisch erzeugte Getränke laden die BesucherInnen zu einem längeren Aufenthalt ein. Darüber hinaus wird das Areal um einen begehbaren „Ökologischen Fußabdruck“ erweitert. Dabei soll den BesucherInnen eine humorvolle und einprägsame Auseinandersetzung mit dem persönlichen Ressourcenverbrauch ermöglicht werden. Diese Anlage soll die Nachhaltigkeit des eigenen Handelns für die BesucherInnen erlebbar machen. Der Nationalpark Gesäuse versteht sich auch in diesem Bereich als Vorreiter für eine kritische und zugleich pointierte Auseinandersetzung mit den großen Herausforderungen der heutigen Gesellschaft.

Themenweg „Lettmair Au“

Der Themenweg „Lettmair Au“ hat seinen Ausgangspunkt direkt beim Weidendom. Als interaktiv gestalteter barrierefreier Themenweg bietet er einen Überblick über einen der letzten naturnahen Abschnitte der Enns und die Aulandschaft im Gesäuse. Die interaktiven Erlebnisstationen ermöglichen ein Naturerlebnis mit allen Sinnen – Tasten, Hören, Sehen und Riechen – und sind sozusagen „die Zugänge zur Natur“.

Rund um eine „sprechende Buche“ kann Platz genommen werden, um den Geschichten des alten Baumes zu lauschen. Ein Wasserspieltisch lädt zum Bauen von Staudämmen und Flußsystemen ein. Dreidimensionale Bilder geben einen Überblick über den Verlauf der Jahreszeiten in der Au, und die geöffnete Borke eines Baumes ermöglicht Einblicke in das vielfältige Leben in einem toten Baum.

[70] Quelle: Bildarchiv Nationalpark Gesäuse

Abbildung 12: „Die sprechende Buche in der Lettmair Au“[71]

Abbildung 13: Der Wasserspieltisch am Themenweg „Lettmair Au“[72]

[71] Quelle: Bildarchiv Nationalpark Gesäuse: Foto Huber W.
[72] Quelle: Bildarchiv Nationalpark Gesäuse: Foto Huber W.

Der Themenweg „Lettmair Au“ ist – je nach Schneelage – das ganze Jahr über zugänglich. Die Erlebnisstationen und Thementafeln sind im Zeitraum April bis Oktober (je nach Witterungslage) aufgebaut und benutzbar. Der Themenweg kann sowohl individuell genutzt, als auch im Rahmen einer Führung besucht werden.

Derzeitige Situation beim Themenweg „Lettmair Au“ im Hinblick „Barrierefreiheit“:

Der gesamte Themenweg ist für RollstuhlfahrerInnen geeignet, wobei eine Begleitperson dabei sein sollte, um gegebenenfalls Hilfestellung geben zu können. Durch die Anforderungen des Geländes sind nämlich nicht alle Wegbereiche oder Rampen für RollstuhlfahrerInnen ohne Hilfe befahrbar. Die Thementafeln sind so angebracht, dass sie auch vom Rollstuhl aus gelesen werden können. Ebenso sind die Stationen „Sprechende Buche“ und „Jahreszeitenbetrachter“ für RollstuhlfahrerInnen nutzbar.

Folgende Adaptierungen des Themenwegs „Lettmair Au“ sind geplant und sollen im Sommer und Herbst 2010 umgesetzt werden:

- Anlage eines eigenen barrierefreien Parkplatzes
- Kleinere Adaptierungen der Neigung des Weges und der Rampen in Teilbereichen hinsichtlich Rollstuhltauglichkeit bzw. Barrierefreiheit
- Vermehrtes Aufstellen von Sitzbänken

Geologieausstellung im Nationalparkpavillon in Gstatterboden

Der Nationalparkpavillon in Gstatterboden ermöglicht spektakuläre Ausblicke auf die Felsabbrüche der Hochtorgruppe, der markantesten Berggruppe im Nationalpark Gesäuse. Der Nationalparkpavillon beherbergt einen Gastronomiebetrieb und eine interaktive, geologische Ausstellung, die großteils schon rollstuhlgerecht gestaltet ist. In der Geologieausstellung nehmen die BesucherInnen an einer fiktiven Zeitreise zur Entstehung der Gesäuselandschaft teil. Der virtuelle Nationalparkranger „Sepp“ begleitet auf lustige Weise die Aufgaben und Abenteuer, die die BesucherInnen während der Entdeckungsreise bestehen. Anschließend an den Besuch der Geologieausstellung kann man vor dem beeindruckenden Panorama der Gesäuseberge auf der Terrasse Kaffee und Kuchen genießen.

Abbildung 14: Der Nationalparkpavillon in Gstatterboden[73]

Abbildung 15: Die Geologieausstellung im Nationalparkpavillon[74]

[73] Quelle: Bildarchiv Nationalpark Gesäuse, Foto: Hollinger A.
[74] Quelle: Bildarchiv Nationalpark Gesäuse, Foto: Huber W.

Geöffnet sind Gastronomiebetrieb und Geologieausstellung von Mai bis Oktober, jeweils von 10:00 bis 18:00 Uhr sowie nach Voranmeldung außerhalb der Öffnungszeiten. Der Nationalparkpavillon ist von Mai bis Oktober täglich mit einem Ranger personell besetzt.

Derzeitige Situation beim Nationalparkpavillon im Hinblick „Barrierefreiheit“:

- Es gibt keinen ausgeschilderten barrierefreien Bereich beim Parkplatz
- Das Restaurant sowie die integrierte Infostelle sind rollstuhlgerecht ausgeführt
- Die Geologieausstellung ist – mit Ausnahme der Station auf der Rampe – rollstuhlgerecht ausgeführt

Folgende Adaptierungen beim Nationalparkpavillon sind geplant und sollen im Zeitraum von Sommer 2010 bis Sommer 2011 umgesetzt werden:

- Barrierefreie Gestaltung des Umfeldes beim Nationalparkpavillon

  Es soll eine Umgestaltung des Bereiches rund um den Nationalparkpavillon zu einem Erlebnisbereich stattfinden. Unter dem Motto „Landschaft in der Horizontale“ werden die unterschiedlichen Lebensräume des Gesäuses um den Pavillon botanisch und akustisch inszeniert.
- Kleinere Adaptierungen im Nationalparkpavillon im Hinblick auf Barrierefreiheit
- Anlage eines barrierefreien Parkplatzes vor dem Pavillon

Rauchbodenweg

Der Rauchbodenweg verbindet als talnaher Wander- oder Spazierweg den Weidendom mit Gstatterboden. Eine knapp vier Kilometer lange Forststraße führt mit geringen Neigungen entlang der Enns flussabwärts. Um die BesucherInnenangebote des Nationalparks Gesäuse zu verbinden, bietet er sich optimal an.

Abbildung 16: Der fantastische Ausblick vom Rauchbodenweg[75]

Der Rauchbodenweg ist das ganze Jahr über zugänglich, er wird allerdings im Winter nur teilweise geräumt.

Durch die Ausgestaltung des Rauchbodenwegs als Forststraße ist er prinzipiell gut für die Befahrung mit Rollstühlen geeignet. Um allerdings die Länge von 4,5 Kilometern und die fallweise größeren Neigungen zu überwinden, plant die Nationalparkverwaltung, Zuggeräte für Rollstühle anzuschaffen, die Neigungen bis zu 20 % bewältigen können. Diese Zuggeräte sollen, nach Vorreservierung, beim Weidendom bereitgestellt werden und ermöglichen auf diese Weise ein selbstbestimmtes Naturerlebnis.

Zusätzlich wird es im Nationalpark Gesäuse ab Sommer 2010 ein mobiles Informationssystem für BesucherInnen geben. Dieser mobile Wanderführer soll Personen zusätzlich zu herkömmlichen geführten Wanderungen und den BesucherInnenangeboten des Nationalparks Gesäuse Informationen über den Nationalpark zeit- und ortsunabhängig zur Verfügung stehen. Der mobile Wanderführer „XEIS Guide“ („XEIS“ ist die Bezeichnung für das Gesäuse im steirischen Dialekt) wird auch entlang des Rauchbodenwegs Informationen anbieten.

[75] Quelle: Bildarchiv Nationalpark Gesäuse: Foto Kren E

Abbildung 17: SWISS•TRACs beim Befahren einer Forststraße[76]

Derzeitige Situation beim Rauchbodenweg im Hinblick „Barrierefreiheit“:

Der Rauchbodenweg ist bislang nicht barrierefrei ausgestaltet. Neben den problematischen Steigungsverhältnissen (teilweise bis 20 % Neigung), ist derzeit die Querung der Bahntrasse im Bereich der Haltestelle Johnsbach ein unüberwindbares Hindernis für RollstuhlfahrerInnen. Weitere Problembereiche stellen die Brücke über die Enns bei der Haltestelle Johnsbach sowie die zweimalige Querung der Bundesstraße in Gstatterboden dar.

Geplante Adaptierungen des Rauchbodenwegs hinsichtlich Barrierefreiheit: (Beginn Sommer 2010, Fertigstellung Sommer 2011):

- Adaptierungen entlang des Weges im Hinblick auf Barrierefreiheit (Furtenquerungen, Querung Bundesstraße, Unterstand, Rastplätze, Geländer auf ausgesetzten Standorten, Entschärfung von kritischen Neigungsverhältnissen, Beschilderung etc.)
- Auslotung von Finanzierungsmöglichkeiten für eine gefahrlose barrierefreie Übersetzung der Bahntrasse beim Weidendom (Haltestelle Johnsbach)
- Sicherungen im Bereich der Straßenquerung in Gstatterboden
- Ankauf mehrerer Zuggeräte (eventuell von der Firma SWISS•TRAC) inkl. Infrastruktur für Wartung, Lagerung und Ausgabe der Geräte
- Adaptierung der „XEIS Guides“ im Hinblick auf Barrierefreiheit

[76] Quelle: Werbefolder der Firma SWISS•TRAC

Digitale Wanderführer „XEIS Guides“

Die digitalen Wanderführer „XEIS Guides“ sollen die übergreifende Ergänzung zu allen Themenwegen und BesucherInneneinrichtungen im Nationalpark darstellen. Sie dienen als virtuelle Vermittler der neuesten Generationen einer zusätzlichen kurzweiligen, spannenden Interpretation und Erläuterung, die der/die BesucherIn via Suchbegriff oder standortbezogen abrufen kann. Durch den Einsatz dieser Geräte werden sensiblere Parkflächen vor Baumaßnahmen bewahrt, trotzdem ermöglichen die digitalen Wanderführer eine attraktive, moderne Vermittlung nationalparkspezifischer Themenkomplexe.

Abbildung 18: Der kleine Taschencomputer „XEIS Guide“[77].

Umsetzungsstand:

Das Projekt geht im Sommer 2010 in den Probebetrieb. Aufbauend auf den Empfehlungen dieser Diplomarbeit sollen bis 2011 die entsprechenden Adaptierungen im Hinblick „Barrierefreiheit“ programmiert werden, sodass die „XEIS Guides“ ab der Saison 2011 von Personen mit unterschiedlichen Behinderungsformen genutzt werden können.

Die Ergebnisse bzw. Empfehlungen dieser Diplomarbeit, sollen maßgeblich bei der Entscheidungsfindung hinsichtlich der technischen Ausgestaltung der geplanten BesucherInneneinrichtungen herangezogen werden.

4.6 Analyse der Situation hinsichtlich barrierefreier touristischer Infrastruktur in der umliegenden Region

Barrierefreies Bettenangebot

Tourismusregion „Alpenregion Nationalpark Gesäuse“

Das barrierefreie Bettenangebot ist in der zwölf Gemeinden umfassenden Tourismusregion „Alpenregion Nationalpark Gesäuse“ eher gering. Das Jugend- und Familiengästehaus

[77] Quelle: Bildarchiv Nationalpark Gesäuse

Schloss Röthelstein in Admont verfügt über 4 rollstuhlgerechte Doppelzimmer, der Gasthof „Kölblwirt“ in Johnsbach ist mit einem rollstuhlgerechten Zimmer ausgestattet[78].

Eisenerz

Das Jugend- und Familiengästehaus in Eisenerz verfügt über 4 rollstuhlgerechte Doppelzimmer sowie über ein rollstuhlgerechtes Einzelzimmer, wobei sich das rollstuhlgerechte WC des Einzelzimmers am Gang befindet. Die Seminarräume im ersten Stock sind für RollstuhlfahrerInnen nicht erreichbar, da im Haus kein Lift vorhanden ist.

Ferienregion Phyrn/Priel

- Berggasthof „Zottensberg“ in Windischgarsten: 4 rollstuhlgerechte Doppelzimmer inkl. rollstuhlgerechtes Restaurant, Terrasse, Hallenband sowie Gartenanlage (alles rollstuhlgerecht)[79]
- Jutel in Hinterstoder[80]: eine genaue barrierefreie Bettenanzahl ist dem Tourismusverband Phyrn/Priel nicht bekannt
- Ferienhotel Enghagen in Rossleithen[81]: eine genaue barrierefreie Bettenanzahl ist dem Tourismusverband Phyrn/Priel nicht bekannt

Barrierefreie Gastronomie

Tourismusregion „Alpenregion Nationalpark Gesäuse“

Die Restaurantbereiche im Gasthof „Kölblwirt“, der Speisesaal im „Schloss Röthelstein“, der „Stiftskeller“ im Benediktinerstift Admont, der „Forellenhof“ in St. Gallen sowie das Restaurant in der Wallfahrtskirche „Frauenberg“ in Ardning sind barrierefrei eingerichtet. Weitere barrierefreie bzw. rollstuhlgerechte Gastronomiebetriebe sind in der Tourismusregion nicht vorhanden[82].

Barrierefreie Freizeitangebote

Tourismusregion „Alpenregion Nationalpark Gesäuse“

Neben den bereits vorhandenen rollstuhlgerechten Freizeitangeboten im Nationalpark Gesäuse sind in der Tourismusregion noch das Museum im Benediktinerstift Admont sowie die Wallfahrtskirche Frauenberg barrierefrei ausgestaltet[83].

Als rollstuhlgerechter Spazierweg bietet sich der asphaltierte Radweg von Admont durch die sogenannte „Eichelau“ bis zur Radbrücke über die Enns an. Der ca. 2 km lange Weg führt entlang der Enns durch eine abwechslungsreiche Wiesen- und Auwaldlandschaft. Ein rollstuhlgerechtes WC befindet sich beim Gemeindeamt Admont. Der Schlüssel für

[78] Telefonische Auskunft: Rezeption Schloss Röthelstein bzw. Ingrid Wolf am 21.5.2010
[79] Telefonische Auskunft vom Hotel am 21.5.2010
[80] Telefonische Auskunft: Tourismusverband Pyhrn-Priel am 21.5.2010
[81] Ebenda
[82] Mündliche Auskunft von Sylvia Hofbauer und Irmgard Gruber vom Tourismusbüro in Admont am 20.5.2010
[83] Mündliche Auskunft von Sylvia Hofbauer und Irmgard Gruber vom Tourismusbüro in Admont am 20.5.2010

das WC ist bei der Gemeinde während der Öffnungszeiten des Gemeindeamtes erhältlich[84].

Barrierefreiheit versus Rollstuhltauglichkeit

Inwieweit die oben angeführten Tourismusbetriebe zur Gänze barrierefrei eingerichtet sind, also allen Formen von Behinderungen gerecht werden (auch für blinde und taube Personen etc.), konnte im Rahmen dieser Arbeit nicht im Detail analysiert werden. Eine detaillierte Erhebung des barrierefreien touristischen Angebotes in der gesamten zwölf Gemeinden umfassenden Region ist nicht Gegenstand dieser Arbeit. Die genannten Betriebe sind aber auf alle Fälle rollstuhlgerecht ausgeführt.

[84] Mündliche Auskunft von Sylvia Hofbauer vom Tourismusbüro in Admont am 20.5.2010

5 Untersuchungsergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Literaturrecherche sowie der durchgeführten Interviews dargestellt.

5.1 Anforderungen an die Infrastruktur im Nationalpark

5.1.1 Technische Gestaltungsvorschläge der StakeholderInnen

Maßnahmen im Bereich des Rauchbodenweges

Da sich der Rauchbodenweg über eine Länge von 4,5 km erstreckt und von unterschiedlichen Voraussetzungen in Hinsicht auf den Behinderungsgrad der BesucherInnen ausgegangen werden muss, wurden bezüglich WC-Anlagen in diesem Streckenabschnitt unterschiedliche Ansprüche gestellt. Ausgehend von keinem zusätzlichen WC (9 Nennungen), einem zusätzlichen WC (7 Nennungen) bis hin zu mehreren WC-Anlagen (2 Nennungen). Wenn wir davon ausgehen, dass es sinnvoll ist, eine WC-Anlage im Bereich des Rauchbodenweges zu errichten, dann sollte sich diese in der Mitte des Wanderweges befinden – so wurde es von den StakeholderInnen gewünscht.

Wenn keine WC-Anlage im gesamten Streckenabschnitt errichtet wird, dann sollte es zumindest einen Hinweis geben, wo sich das nächste WC befindet („WC in x km“). Zusätzlich sollte sich im Bereich dieser Anlage ein Unterstand befinden. Die Errichtung eines Leitsystems (Führungsseil) für blinde und sehbehinderte Menschen sowie die Schaffung von taktilen Leitlinien wurden von einigen Befragten gewünscht. Auch sollte auf die Errichtung von Geländern bei Aussichtspunkten und „gefährlichen“ Punkten, an denen eventuell Absturzgefahr besteht, nicht vergessen werden. Handläufe sollten zu Sitzmöglichkeiten führen.

Unterstände und Rastmöglichkeiten – wie Sitzbänke – wurden von den meisten Befragten als notwendig befunden. Die Empfehlungen von einem oder auch mehreren Unterständen hielten sich die Waage. Der Standort einer überdachten Rastmöglichkeit sollte eventuell mit einer WC-Anlage gekoppelt werden und sich somit auch in der Mitte des Rauchbodenweges befinden. Bei dem Vorschlag, mehrere Unterstände zu errichten, wurden keine zusätzlich definierten Aspekte erwähnt. Die Unterstände sollten mit Sitzbänken und Tischen ausgestattet sein, wobei eine Unterfahrbarkeit des Tisches unbedingt erforderlich ist. Ebenfalls soll darauf geachtet werden, dass die Fläche der Raststellen keine Neigungen aufweist. Auch Sitzgelegenheiten ohne Überdachung – eventuell an besonders schönen Plätzen entlang des Weges – wurden von mehreren Interviewpartnern erwähnt. Bei diesen Sitzgelegenheiten und Unterständen darf man natürlich nicht auf Mülleimer vergessen.

In Bezug auf Informationen und Erlebnisstationen entlang des Rauchbodenweges wurden sehr unterschiedliche Vorschläge gemacht. Optische und auditive Informationen sind laut Aussagen von mehr als 1/3 der Befragten notwendig (z. B. Beschreibung der wichtigsten Baumarten; alle Sinne sollen angesprochen werden – Farben, Gerüche, und Klänge können dazu beitragen). Auch die Möglichkeit einer Erlebnisstation für Kinder oder eine Sinnesinsel wurden erwähnt. Am Beginn des Rauchbodenweges sollte eine Tafel mit wichtigen Informationen über die Wegführung und Wegbeschaffenheit, WCs, Hindernisse, besondere Gefahren und auch Notrufhinweise einen Überblick verschaffen. Höhenverstellbarer Fernrohre an Aussichtspunkten anzubringen, wurde ebenfalls vorgeschlagen. Einzelaussagen zufolge wäre es sinnvoll, nicht zu viele Erlebnisstationen entlang des Weges zu errichten. Auch kam die Idee, den Rauchbodenweg möglichst unverbaut und so den Erlebnischarakter („Natur erleben“) zu belassen, wobei Schautafeln hier dann nicht wirklich notwendig wären. Ein Stakeholder gibt zu bedenken, dass eine Führung über die gesamte Wegstrecke des Rauchbodenweges von ca. 4,5 km zu lang sein könnte.

Maßnahmen an der Bundesstraße

Beim Wandern auf dem Rauchbodenweg muss die Bundesstraße überquert werden. Dies ist eine besondere Herausforderung, nicht nur für Menschen mit Behinderung, sondern für alle Personen.

Der größte Teil der StakeholderInnen sprach sich für die Errichtung von Ampelanlagen aus, wobei hier sehr unterschiedliche Varianten beschrieben wurden. Es könnte eine Anlage, die per Knopfdruck ausgelöst wird oder eine Blinkanlage „Bitte Vorsicht“ (orange blinkendes Signal) installiert werden. Die Errichtung einer Vorsignalampel wurde ebenfalls angedacht. Um die Anlage wirklich barrierefrei zu gestalten, muss eine akustische Ampelanlage aufgestellt werden, was auch von einigen Interviewten vorgeschlagen wurde. Die einfache Variante eines Schutzweges, des sogenannten Zebrastreifens, wurde von zwei Befragten als ausreichende Möglichkeit gesehen. Die wahrscheinlich sicherste, jedoch auch kostspieligste Form der Querung wäre laut Aussage ein Steg über die Bundesstraße oder einer Unterführung. Wenn man jedoch bedenkt, dass eine barrierefreie Über- oder Unterführung einen sehr langen, zusätzlichen Weg verursachen würde, dann sollte auch eine Liftanlage für dieses Projekt angedacht werden.

Generelle Maßnahmen im Nationalpark – alle barrierefreien Angebote betreffend

Bei der nachfolgenden Auflistung der Antworten auf Fragen darf von einer bis zwei Nennungen ausgegangen werden, und daher kann hier auch keine Prioritätenreihung vorgenommen werden.

Gestaltung der Informationen:

- An den Ausgangspunkten sollen Informationsstände errichtet werden
- Errichtung von Hinweistafeln mit den wichtigsten Telefonnummern (Nationalpark, Apotheke, Post, ÖAMTC etc.)

- Informationen müssen für RollstuhlfahrerInnen unterfahrbar sein, um die Lesbarkeit zu gewährleisten
- Beschriftungen für sehbehinderte Menschen „schwarz auf gelb“ ausführen
- Es sollen Infobojen errichtet werden, bei welchen man akustisch und taktil Informationen erhalten kann
- Errichtung von „Infopoints“ an markanten Stellen des Nationalparks
- Aufstellen von Reliefkarten zum Ertasten
- Aufstellen von Tastmodellen
- Einfache Sprache auf Schautafeln verwenden (jedoch auch nicht zu einfach, da sich einzelne Gruppen dadurch nicht respektiert fühlen könnten)
- Beschriftungen in Braille- und Großschrift
- Errichtung von Leitsystemen, die kommunikative Barrieren verhindern
- Ausgestaltung von Glaskonstruktionen mit kontrastreichen Streifen (für stark sehbehinderte Menschen)
- In geschlossenen Räumen sollen Akustikdecken eingezogen werden
- Alle Sinne sollen angesprochen werden
- BesucherInnen über Emotionen ansprechen, egal, ob Menschen mit oder ohne Behinderung

<u>Gestaltung der Wege:</u>

- Wege sollten, wenn möglich, flach und asphaltiert sein
- Schotterwege sind problematisch
- Wenn Schotterwege, dann diese mindestens jährlich wälzen
- Befestigung des Schotterbereiches beim Weidendom
- Macadambelag auf Wege aufbringen
- Vorhandene Stiegen bewältigbar machen

<u>Ausstattung – den gesamten Nationalpark Gesäuse betreffend:</u>

- Alle WC-Anlagen sollen barrierefrei gestaltet werden und zusätzlich einzelne mit Wickeltisch ausgestattet sein
- Es sollen keine speziellen WCs für RollstuhlfahrerInnen gebaut werden, sondern alle so ausgestattet sein, dass sie auch von RollstuhlfahrerInnen benutzt werden können (Mehrfachnutzen, z. B. auch für ältere Leute)
- Errichtung möglichst vieler Sitzgelegenheiten
- Sitzmöglichkeiten sollen Armlehnen besitzen
- Sitzgelegenheiten sollen auch für besonders dicke Menschen ausgerichtet sein
- Bereitstellung einer abgeschirmten Liege (beim Weidendom oder im Bereich Gstatterboden), um Kinder oder Jugendliche kathetern zu können

- Genügend Waschmöglichkeiten (RollstuhlfahrerInnen bekommen schnell schmutzige Hände)
- Ausreichend Trinkwasser zur Verfügung stellen, Trinkbrunnen aufstellen
- Geländer in entsprechender Höhe anbringen
- Rampen bauen
- Kinderspielplätze beim Weidendom und Nationalparkpavillon errichten
- Errichtung einer Picknickstelle mit Stromanschluss

Allgemeine Vorschläge:

- Einhaltung der einschlägigen ÖNORM (z. B. B 1603)
- Barrierefreie Parkplätze (unbedingt größer als in der ÖNORM vorgegeben anlegen, da ein/e RollstuhlfahrerIn Platz beim Ein- und Aussteigen und Rangieren braucht)
- Errichtung eines barrierefreien Hotels vor Ort (mit spezieller Gastronomie hinsichtlich Unverträglichkeiten, Arzt und Apotheke sollten integriert sein)
- Gastronomie in der Region auch „ins Boot holen“

Eine wichtige Bemerkung von den StakeholderInnen:

Bevor mit Infrastrukturmaßnahmen begonnen wird, sollten diese im Vorfeld mit ExpertInnen besprochen und abgestimmt werden.

Maßnahmen zur Gewährleistung von Notrufmöglichkeiten:

Nur ein geringer Anteil der Befragten befand, dass Notrufmöglichkeiten nicht notwendig seien. Der Großteil der StakeholderInnen war jedoch anderer Meinung.

Für einen Teil der Befragten würde es reichen, wenn ein guter Empfang des Mobilnetzes gewährleistet ist. Notrufnummern sollten in diesem Fall gut sichtbar angebracht werden. Die restlichen hielten Notrufsäulen im Bereich von WC-Anlagen und Rastplätzen für sinnvoll, welche jedoch auf alle Fälle nach dem „Zwei-Sinne-Prinzip“ funktionieren sollen (alles was man nicht hören kann muss man sehen können – und umgekehrt). Die Integration eines Notrufsystems in den „XEIS Guide“ wäre begrüßenswert.

Gestaltung der „XEIS Guides“ bzw. von gleichartigen Guides:

„XEIS Guides“ werden von der Mehrheit der Befragten als wunderbare Möglichkeit der Kommunikation gesehen. Wichtig ist in diesem Zusammenhang vor allem die technische Ausgereiftheit, die dieses Gerät zur besitzt. Hier die technisch zu berücksichtigenden Möglichkeiten:

- Tastbare Großbuchstaben anbieten
- Akustische Nutzung soll möglich sein

- Für sehbehinderte und gehörlose Menschen adaptieren
- Gebärdensprachevideos auf „XEIS Guide“ spielen, wenn dies technisch möglich ist
- Die „XEIS Guides“ sollen so ausgestattet werden, dass die Führerin/der Führer in ein Mikrofon spricht und das Gesprochene über die „XEIS Guides“ gehört werden kann (passive Maßnahmen)
- Mehrsprachig programmieren

In diesem Zusammenhang wurden zwei Informationsgeräte erwähnt, die sich als sehr nützlich erwiesen haben:

- „Milestone“ – ein Gerät, auf dem man gewisse Informationen ablesen kann
- Guides, die wie eine Armbanduhr getragen werden

Fazit:
Zusätzlich zu den Normen, die bei der Gestaltung der Infrastruktur eingehalten werden müssen, wurden von den StakeholderInnen auch individuelle Maßnahmen genannt. Diese stellen mit den gesetzlichen Verpflichtungen einen erweiterten Komfort für alle BesucherInnen – nicht nur im Bereich Barrierefreiheit – im Nationalpark Gesäuse dar.

5.1.2 Relevante Fakten zur Nutzung von SWISS•TRACs

Da der Rauchbodenweg hinsichtlich der Steigungsverhältnisse nicht für die selbstständige Befahrung mit Rollstühlen geeignet ist, plant der Nationalpark Gesäuse den Ankauf mehrerer SWISS•TRACs[85]. Dieses in der Schweiz von der Firma ATEC Ingenieurbüro AG entwickelte Gerät ist eine kleine, akkustrombetriebene, leistungsstarke Zugmaschine, deren Deichsel am Rollstuhl mittels einer Kupplung angekoppelt wird. Da die Vorderräder des Rollstuhls leicht angehoben werden, kann man ohne Hilfestellung Hindernisse wie die Querungen von Furten, etwaige Gehsteigkanten bzw. generell Forststraßen mit größeren Steigungen – auch bei gröberen Schotterkornverhältnissen – befahren. Der Rollstuhl kann dabei – solange er am SWISS•TRAC angekuppelt ist – nicht unkontrolliert rückwärts kippen. Es sind für fast alle Aktiv-Rollstuhltypen Ankupplungsvorrichtungen lieferbar, und zwar sowohl für faltbare als auch für nicht faltbare (Starrrahmen-)Rollstühle. Der SWISS•TRAC lässt sich leicht in jedem Kombi-PKW mittels spezieller Auffahrschienen verstauen. Die Geräte werden in der Schweiz produziert und über autorisierte Fachhändler vertrieben.[86]

In Zusammenhang mit der Nutzung bzw. dem Einsatz im Gelände kann man der Website der Firma ATEC zu diesen Geräten Folgendes entnehmen:

> *„Der SWISS•TRAC ist für alle Rollstuhlfahrer geeignet, die ihren Rollstuhl bewegen und den Lenker des SWISS•TRAC betätigen können. Auch Tetraplegiker bis*

[85] Vgl. Einreichunterlagen zum ELER Projekt „Drei Farben Natur“; internes Dokument der Nationalpark Gesäuse GmbH
[86] Vgl. http://www.swisstrac.ch/swisstrac/haeufige-fragen-faq.html; aufgerufen am 22. 4.2010

etwa Lähmungshöhe C 5/6 können mit dem SWISS•TRAC fahren. Für Kinder ab 7 Jahren gibt es den KIDS SWISS•TRAC"[87].

„Ganz egal ob Gehsteige, Wald- und Wiesenwege, starke Steigungen oder steiles Gefälle – Sie fahren in Ihrem Rollstuhl mit dem SWISS•TRAC ohne jede körperliche Anstrengung. Problemlos bewältigt der SWISS•TRAC unebenes Gelände – z.B. Waldwege – ohne stecken zu bleiben. Der SWISS•TRAC ist kompakt, robust und kinderleicht zu bedienen. Kraftvoll und leise geht es mit dem SWISS•TRAC bergauf und ab, über Stock und Stein – kilometerweit. Der leistungsstarke SWISS•TRAC ermöglicht ausgedehnte Fahrten und überwindet dabei auch große Steigungen. Die eigenen Kräfte werden geschont. Mut und Lebensfreude wachsen."[88]

Im Folgenden werden die wichtigsten Aspekte, die vom Geschäftsführer und Inhaber der Firma ATE AG INGENIEURBÜRO AG im Rahmen des telefonischen Interviews erwähnt wurden, in zusammengefasster Form wider gegeben:

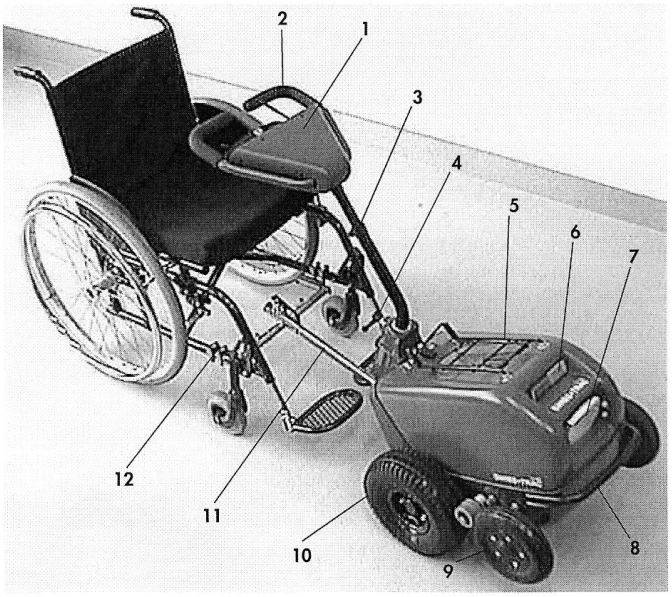
- An Wartungskosten fallen im Wesentlichen das regelmäßige Schmieren der Kette sowie das Auswechseln der Batterie (nach einigen Jahren) an.
- Der SWISS•TRAC ist leicht bedienbar (auch von älteren Personen) und verfügt über eine Stoßstange.
- Die problemlose Gestaltung der Organisation des Verleihs ist maßgeblich davon abhängig, ob eine engagierte Person des Nationalparks bei der Verleih- bzw. Ausgabestelle der SWISS•TRACs tätig ist.
- Zusätzlich zu den SWISS•TRACs sollte sich der Nationalpark 1-2 robuste, nicht faltbare geländetaugliche Rollstühle mit breiterer Bereifung anschaffen, wobei die Sitzbreite dieser Rollstühle 45 cm (Standardbreite) betragen sollte. Die Rollstühle sollten mit handbetriebenen Trommelbremsen ausgestattet sein. Diese Rollstühle können dann von denjenigen Rollstuhlfahrern genutzt werden, die über nicht so geländegängige Rollstühle verfügen.
- Das Ankuppeln des eigenen Rollstuhles an die Geräte dauert ca. 5 Minuten.
- Demnächst wird es ein neues Kupplungssystem geben, mit dem die Ankuppelung weiter vereinfacht werden kann.
- Die Einstellung der Gasbedienung sollte bei Personen, die noch keine „SWISS•TRAC-Erfahrung" haben, so vorgenommen werden, dass das Gerät beim Gas geben träge reagiert.
- Die Geräte sind sehr robust und extra für den Einsatz im Gelände bzw. auf Forststraßen entwickelt worden.
- Der Nationalpark sollte vorerst nur einige wenige Geräte ankaufen und erst Schritt für Schritt weitere Geräte (nach Vorliegen von Erfahrungswerten) erwerben.

[87] Quelle: http://www.swisstrac.ch/swisstrac/haeufige-fragen-faq.html; aufgerufen am 22. 4.2010
[88] Quelle: http://www.swisstrac.ch/swisstrac/demo-video.html; aufgerufen am 22.4.2010

- Sollten am Rauchbodenweg Wasserspulen u.ä. vorhanden sein, dann sollten diese unbedingt komplett im Boden eingelassen sein.
- Die Verwendung von rollstuhlbefahrbaren Rinnen bzw. kleinen Furten wäre gegenüber dem Einsatz von Wasserspulen der Vorzug zu geben.
- Bei etwaigen Querungen von Bach-Grabenfurten sollte ein Geländer in Form eines Stahlseiles errichtet werden. Dies gibt Sicherheit.
- Auf der Webplattform – http://www.swisstractours.ch – werden über 300 „SWISS•TRAC Touren" detailliert beschrieben.
- Sollten RollstuhlfahrerInnen den SWISS•TRAC über eine längere Zeit benötigen, so müssen grundsätzlich die Auflademöglichkeiten vor Ort vorhanden sein. Die Örtlichkeiten, wo man die Geräte aufladen kann, sollen auf der Website ausgewiesen werden.

Im Folgenden werden die wichtigsten Meinungen der anderen interviewten StakeholderInnen im Zusammenhang mit der Benützung von SWISS•TRACs analysiert:

Generell begrüßen fast alle InterviewpartnerInnen die Intension des Nationalparks, SWISS•TRACs zur Erlebbarmachung des Rauchbodenweges für RollstuhlfahrerInnen anzuschaffen bzw. zum Verleih anzubieten. Ohne SWISS•TRACs wäre die Bewältigung der Maximalsteigungen am Rauchbodenweg (bis zu 20 %) gar nicht möglich (auch wenn ein Assistent Hilfestellung geben würde). Die SWISS•TRACs sind daher zum Befahren des Rauchbodenweges mit dem Rollstuhl unabdingbare Voraussetzung. Ein Interviewpartner, der selbst Rollstuhlfahrer ist, betont die Wichtigkeit einer optimalen Anpassung des Rollstuhles an die individuellen Bedürfnisse des/der jeweiligen RollstuhlfahrerIn (im Falle eines Verleihs von geländegängigen Rollstühlen mit integrierter Anhängekupplung). Lt. Meinung einer sehr „SWISS•TRAC erfahrenen" Interviewpartnerin benützen aber die meisten RollstuhlfahrerInnen einen eigens angepassten Rollstuhl hinsichtlich der Breite, der Ausführung der Rückenlehne, des Bauchgurtes etc. Viele betroffene Personen können daher gar nicht fremde Rollstühle verwenden bzw. würden sich in diesem Falle sehr unsicher fühlen. Mehrere InterviewpartnerInnen sehen das Umsteigen in einen fremden Rollstuhl generell kritisch. Mit Ausnahme von sehr mobilen, sportlichen RollstuhlfahrerInnen steigen die betroffenen Personen im Allgemeinen sehr ungern in einen fremden Rollstuhl um. Daher wird von mehreren StakeholderInnen der Einsatz eines Systems empfohlen, bei dem die RollstuhlfahrerInnen nicht in einen fremden Rollstuhl umsteigen müssen. Ein Interviewpartner erwähnt in diesem Zusammenhang, dass RollstuhlfahrerInnen beim etwaigen Umsteigen in einen anderen Rollstuhl möglichst unbeobachtet bleiben wollen. Außerdem haben viele RollstuhlfahrerInnen gar nicht die Kraft, ohne fremde Hilfe in einen anderen Rollstuhl umzusteigen. Mehrere InterviewpartnerInnen schlagen vor, dass SWISS•TRACs nicht nur von RollstuhlfahrerInnen verwendet werden könnten, sondern generell auch von gehbehinderten Personen.



1 Armaturenbrett	7 Scheinwerfer
2 Lenkgriffe	8 Stossstange
3 Lenksäule	9 Vorderrad
4 Lenkerfeststellung	10 Antriebsrad
5 Gepäckträger	11 Deichsel
6 Rückstrahler	12 Ankupplungsvorrichtung

Abbildung 19: Aufbau eines SWISS•TRACs[89]

Eine Interviewpartnerin, die Erfahrung im Rahmen der Verwendung von SWISS•TRACs hat, betont, dass der Oberflächenbelag des Rauchbodenweges unbedingt befestigt sein sollte. Kleinere Steine stellen aber im Zuge des Befahrens einer Forststraße mit diesen Geräten überhaupt kein Problem dar. Schwierigkeiten würde lediglich das Vorhandensein von losem Schotter mit größerer Auflage bedeuten, da sich dann die Räder des SWISS•TRACs eingraben würden.

Die „XEIS Guides“ könnte man, nach Meinung mehrerer InterviewpartnerInnen, in Kombination mit den SWISS•TRACs gut nutzen. Diesbezüglich ist aber eine eigene Halterung nötig, da man zum Bedienen der Zugmaschinen beide Hände benötigt. Zu beachten ist auch, dass der aktuelle Ladezustand der Batterie ausreicht, um die Strecke am Rauchbodenweg bewältigen zu können.

Weitere Einzelmeinungen in Zusammenhang mit der Verwendung von SWISS•TRACs:

- Die Geräte sollen nicht gekauft sondern geleast oder gemietet werden.
- SWISS•TRACs können von älteren Personen kaum bedient werden und sollten über eine Geschwindigkeitsbeschränkung verfügen.

[89] Quelle: http://www.swisstrac.ch; aufgerufen am 22.4.2010: Gebrauchsanleitung für SWISS•TRACs, S. 21

Tabelle 3: Technische Daten SWISS•TRAC[90]

Bezeichnung	SWISS•TRAC SWT-1
Hilfsmittel-Nr.	18.99.04.0020
Sicherheit	TÜV-geprüft EN12184:1999
Motor	24 Volt, 400 Watt
Batterien	2 x 40 AH (wartungsfrei)
Ladegerät	externes Gerät 24V, Ladezeit ca. 8 Std.
Bremsen	dynamische Motorbremse, mech. Feststellbremse,
Abmessung	ca. 75 x 51 x 53 cm (L x B x H)
Gewicht	65 kg
Karosserie	ABS
Chassis	Aluminium
Geschwindigkeit	stufenlos bis 6 km/h
Steigleistung	20 % bei 100 Kilo Personengewicht
Reichweite	über 30 km bei ebener Strecke
Verladesystem	Auffahrschienen aus Aluminium
Zubehör	Lenkerkorb, klappbare Auffahrschienen, Haken für Ladekran, Kilometerzähler, Kindersitz

Fazit:

Im Zuge der telefonischen Anmeldung zum Ausleihen eines Gerätes sollten die RollstuhlfahrerInnen bereits bekannt geben, ob bzw. über welches Kupplungssystem ihre Rollstühle gegebenenfalls verfügen und die Ausstattung des eigenen Rollstuhles in Zusammenhang mit Geländetauglichkeit anhand einer kurzen Checkliste beschreiben. Im Zuge der Buchung sollte auch abgeklärt werden, ob die Benützung eines nationalparkeigenen Rollstuhles möglich wäre (das Umsteigen somit kein Problem wäre) und welche Anforderungen in diesem Fall an den Rollstuhl gestellt werden (Rückenlehne, Sitzbreite etc.) Auf alle

[90] Quelle: http://www.swisstrac.ch/swisstrac/technische-daten.html; aufgerufen am 22.4.2010

Fälle sollte das demnächst fertig entwickelte neue Kupplungssystem der Firma ATEC Ingenieurbüro AG getestet und – im Falle eines positiven Testergebnisses – einige Kupplungen (in der gleichen Menge wie anzukaufende Zugmaschinen) erworben werden. Generell sollte auf eine problemlose und rasche Ankupplung der Rollstühle geachtet werden. Das Umsteigen in einen nationalparkeigenen Rollstuhl sollte aufgrund der Rückmeldung der Stakeholder nochmals kritisch hinterfragt werden. Auf alle Fälle sollte der Einsatz von SWISS•TRACs am Rauchbodenweg intensiv getestet werden, sowie sämtliche Varianten der Ankupplungen bzw. die „Plattformvariante" ausprobiert werden. SWISS•TRACs haben sich bislang in der Praxis vielerorts bewährt und stellen aus Sicht der VerfasserInnen eine sehr gute Lösung dar, den Rauchbodenweg auch für RollstuhlfahrerInnen erlebbar zu machen.

5.2 Die touristische Servicekette

Die touristische Servicekette wird bedeutungsgleich oft auch als touristische Dienstleistungskette bezeichnet. Freyer[91] definiert die touristische Servicekette als das Zusammenspiel verschiedener Leistungsträger zur Erstellung des Gesamtproduktes „Reise".

5.2.1 Das touristische Phasenmodell[92]

Der barrierefreie Tourismus betrifft nicht nur das touristische Angebot vor Ort, sondern die gesamte touristische Servicekette. Am Beginn einer Reise steht demnach die Vorbereitung, das Zusammentragen von Informationen über die Urlaubsdestination bzw. das betreffende Angebot, die Auswahl des Reiseziels und letztendlich die Buchung des Quartiers sowie gegebenenfalls auch die Buchung des öffentlichen Verkehrsmittels. In der Studie „Qualitätskriterien im Tourismus für behinderte und ältere Menschen" wird diese Phase der Reise als Vorbereitungsphase bezeichnet.

Die Reisephase stellt die Anreise in das Urlaubsgebiet oder Ausflugsgebiet dar, wobei dabei entweder öffentliche Verkehrsmittel (insbesondere Bus, Bahn und Flugzeug) der private PKW oder organisierte Gruppenfahrten mit Bussen benutzt werden.

Die Aufenthaltsphase beginnt dann mit dem „Check in" beim Beherbergungsbetrieb im Falle eines Nächtigungsaufenthaltes und umfasst in weiterer Folge die Inanspruchnahme aller infrastruktureller Einrichtungen wie Übernachtung, Verpflegung, Einkaufsmöglichkeiten sowie die Nutzung diverser Freizeit-, Sport-, Kultur- und anderer Unterhaltungsangebote.

Die dritte Phase, die Ergebnisphase, stellt die Nachbereitung dar und schließt die Aspekte der Ab- und Heimreise, der Reklamation sowie der Nachbereitung. Ziel sollte sein, dass dem Gast der Aufenthalt in guter Erinnerung bleibt und er eine entsprechende Bestätigung für seinen Aufenthalt erfährt.

[91] vgl. Freyer (2009)
[92] vgl. Berdel/Gödl/Schoibl (2003)

In einem vom ADAC (2003) herausgegebenen Planungsleitfaden „Barrierefreier Tourismus für Alle“ werden folgende Elemente der touristischen Servicekette unterschieden[93]:

- Vorbereiten, Informieren und Buchen
- An- und Abreise
- Ankommen und Orientieren
- Wohnen und Schlafen
- Essen und Trinken
- Freizeit und Sport
- Service und Assistenz
- Unterhaltung und Kultur
- Ausflug und Shopping
- Erinnern und Bestätigung finden

Abbildung 20: Die touristische Servicekette[94]

Unterschiedliche Formen von Behinderungen werden in Kapitel 3.2 dargestellt.

Zur Thematik „Ansprüche an die touristische Servicekette im Hinblick auf Barrierefreiheit“ sei die Arbeit von Rannegger (2005) erwähnt. Auf Basis von qualitativen Interviews beleuchtet Rannegger diesen Aspekt und zeigt – unter anderem in Form von Zitaten seiner InterviewpartnerInnen – auf, wie wichtig es ist, dass die touristische Servicekette hinsichtlich der Qualität und der Bedürfnisse von Menschen mit Behinderung geschlossen ist.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Interviews sowie Empfehlungen der Literatur in Bezug zu den 3 Phasen der touristischen Servicekette analysiert, wobei persönliche Emp-

[93] vgl. ADAC (2003) S. 28
[94] Quelle: ADAC (2003), S. 21

fehlungen seitens der VerfasserInnen sich erst im Kapitel 7 „Ableitung von Maßnahmen auf Grundlage der erhobenen Erkenntnisse“ wiederfinden.

5.2.2 Vorbereitungsphase

Generell ist zu sagen, dass Menschen mit Behinderungen wesentlich genauer im Vorfeld ihrer Reise über das Angebot ihrer gewählten Urlaubsdestination recherchieren. Das Medium Internet wird von fast allen InterviewpartnerInnen als wichtigster Informationskanal genannt. In diesem Zusammenhang wird von vielen Befragten die Meinung vertreten, dass der Webauftritt barrierefrei ausgeführt sein sollte. Die Navigation auf der Website soll einfach sein und die Website soll nicht zu viele Bilder aufweisen. Laut Auskunft einer Interviewpartnerin gibt es allerdings in Österreich nur wenige Personen, die Websites barrierefrei programmieren können. Bei der Vergabe sollte man im Hinblick auf fachliche Kompetenz genau auf Referenzen Acht geben. Eine barrierefreie Website kostet laut Meinung der Interviewpartnerin ca. 7.000 bis 10.000 Euro.

Zum Thema „Barrierefreier Internetauftritt“ führt Melicher in der vom Wirtschaftsministerium herausgegebenen Broschüre „Tourismus für Alle“[95] aus:

> *„Das Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz definiert in § 6 Abs. 5, dass Systeme der Informationsverarbeitung barrierefrei sind, wenn sie für Menschen mit Behinderungen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe zugänglich und nutzbar sind.“*

Weiters verweist die Autorin dieses Artikels auf die WAI-Leitlinie („Web Content Accessibility Guidelines“) die unter http://www.w3c.de/Trans/WAI/webinhalt.html downloadbar ist. Auf dieser Website kann die eigene Website auf Barrierefreiheit geprüft werden. Melicher weist in diesem Artikel darauf hin, *„dass auch bei der Wahl der Buchungsplattform zu beachten ist, dass diese den WAI-Leitlinien entspricht“*[96].

Die wichtigsten Standards barrierefreier Webauftritte sind in folgender Abbildung ersichtlich:

[95] vgl. Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (2009), S. 13
[96] vgl. Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (2009), S. 13

Die wichtigsten Standards:

1. Stellen Sie äquivalente Alternativen für Audio- und visuellen Inhalt bereit.
2. Verlassen Sie sich nicht auf Farbe allein (beim Auszeichnen von Struktur/Semantik).
3. Verwenden Sie Markup und Stylesheets und erledigen Sie dies auf korrekte Weise.
4. Verdeutlichen Sie die Verwendung natürlicher Sprache (verwenden Sie beispielsweise das HTML-lang Attribut für das gesamte Dokument und Teile in einer spezifischen Sprache).
5. Erstellen Sie Tabellen, die geschmeidig transformieren (verwenden Sie Tabellen für tabuläre Daten, aber nicht für das Layout allein. Verwenden Sie die entsprechenden Elemente wie thead und tbody für die Auszeichnung von Tabellenbereichen).
6. Sorgen Sie dafür, dass Seiten, die neue Technologien verwenden, geschmeidig transformieren (und damit auch auf älteren bzw. für Accessibility geeigneten Benutzeragenten lauffähig sind).
7. Sorgen Sie für eine Kontrolle des Benutzers über zeitgesteuerte Änderungen des Inhalts (indem beispielsweise eine Abschaltung oder eine Verzögerung erlaubt wird - gilt im Besonderen auch für den Ablauf der Benutzersitzung oder für den Refresh von Seiten).
8. Sorgen Sie für direkte Zugänglichkeit eingebetteter Benutzerschnittstellen (Applets/Skripts sollten über dieselbe Art und Weise wie die Browserschnittstelle selbst bedienbar sein).
9. Wählen Sie ein geräteunabhängiges Design (unabhängig vom Eingabegerät, sei es Tastatur, Maus, Sprache, Kopfstab).
10. Verwenden Sie Interim-Lösungen (bis die Standards in diesem Bereich von allen Eingabegeräten vollständig unterstützt werden).
11. Verwenden Sie W3C-Technologien und -Richtlinien.
12. Stellen Sie Informationen zum Kontext und zur Orientierung bereit.
13. Stellen Sie klare Navigationsmechanismen bereit.
14. Sorgen Sie dafür, dass Dokumente klar und einfach gehalten sind.

Abbildung 21: Die wichtigsten Standards barrierefreier Internetauftritte[97]

Öfters wurde aber auch die Bedeutung der „Mund-zu-Mund-Propaganda“ sowie von speziellen Informations- oder Vertriebskanälen wie Fachzeitschriften oder Behindertenverbände erwähnt.

Zur Interviewfrage: Welche Vorabinformationen in Bezug auf das Wegenetz im Projektgebiet werden benötigt?

Fast alle befragten StakeholderInnen betonen die Wichtigkeit der Vorabinformationen in Bezug auf eine genaue Beschreibung des Geländes bzw. der Wege. Damit wird dem Gast die Möglichkeit gegeben, sich im Vorfeld bereits über die Geländesituation umfassend zu informieren.

Folgende Aspekte hinsichtlich der Vorabinformation über die Wegebeschaffenheit am Rauchbodenweg wurden von den befragen StakeholderInnen oftmals genannt:

- Vorabinformation über die Steigungsverhältnisse bzw. Maximalsteigung: In diesem Zusammenhang wurde mehrmals vorgeschlagen, dass ein Relief inkl. Höhenprofil

[97] Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (2009), S. 13

über den Rauchbodenweg erstellt und auf der Website des Nationalparks zum Downloaden verfügbar gemacht werden sollte.

- Vorabinformation über die Weglänge und über realistische Gehzeiten (je nach Art der Behinderung)
- Vorabinformation über die Parkplatzsituation beim Weidendom und in Gstatterboden
- Vorabinformation über etwaige „Ausstiegsmöglichkeiten" entlang des Rauchbodenweges mit dem Zweck, die Wanderung bei Bedarf vorzeitig abzubrechen bzw. die Gehzeit zu verkürzen.
- Vorabinformation über Rastplätze und Sitzgelegenheiten entlang des Weges
- Vorabinformation über die Toilettensituation am Ausgangs- und Endpunkt und gegebenenfalls auch am Rauchbodenweg selber. In diesem Zusammenhang wurde von mehreren StakeholderInnen hingewiesen, dass das Fehlen von WCs in dieser Hinsicht sehr oft zu Problemen bei der Inanspruchnahme von Freizeitangeboten führt.

Folgende Aspekte im Bezug auf Vorabinformation über die Wegebeschaffenheit am Rauchbodenweg wurden vereinzelt genannt:

- Vorabinformation über Gefahrenstellen entlang des Weges. Am Rauchbodenweg wären dies etwaige Grabenquerungen durch speziell adaptierte Furten, steile Abhänge sowie die zweimalige Querung der Bundesstraße in Gstatterboden und die Querung der Eisenbahntrasse bei der Haltestelle Johnsbach.
- Vorabinformation, ob etwaige akustischen Angebote auch für schwerhörige Menschen wahrnehmbar sind (z.B. „XEIS Guides" oder „sprechende Buche" am Themenweg „Lettmair Au"– siehe Kapitel 5.1)
- Vorabinformation über etwaige Entlehnmöglichkeiten von technischen Hilfsmitteln (z.B. SWISS•TRACs, „XEIS Guides" etc.)
- Vorabinformation über die Jahreszeitentemperaturen am Rauchbodenweg in Form einer Temperaturkurve: Dieser Aspekt ist insbesondere für Menschen mit „hohem Querschnitt" der Querschnittlähmung relevant.
- Vorabinformation über die Sonneneinstrahlungsbedingungen entlang des Rauchbodenweges
- Vorabinformation über die benötigte Bekleidung: Eine InterviewpartnerIn erwähnte in diesem Zusammenhang, dass Menschen mit Behinderung bzw. Mobilitätseinschränkung vielfach schneller kalt wird.
- Vorabinformation über die Lage etwaiger Trinkbrunnen entlang des Weges
- Vorabinformation über die Anzahl der Unterstände entlang des Weges
- Vorabinformation in Form einer Beschreibung des Rauchbodenweges sozusagen als „virtuellen Wanderweg" (sollte auf der Website des Nationalparks abruf- bzw. downloadbar sein)

Generell sollte die Vorabinformation über die Geländesituation bzw. Infrastruktur in Bezug zu Barrierefreiheit auch wirklich der Realität entsprechen. Oftmals wurde die Meinung vertreten, dass das gegenständliche Angebot im Nationalpark in der Realität nur schwer zur Gänze barrierefrei und somit allen Formen von Behinderungen gerecht werden kann. Mehrere InterviewpartnerInnen meinten, dass es besser sei, ehrlich zu kommunizieren, dass das Angebot nur teilweise barrierefrei ist. Eine angekündigte Barrierefreiheit muss demnach auch wirklich eingehalten werden, da dies ansonsten zu großen Enttäuschungen bei den betroffenen Gästen bzw. BesucherInnen führt. Ein Stakeholder aus der Branche „barrierefreie Freizeitanbieter" (siehe Interviewleitfaden im Anhang „D Interviewleitfaden") äußert sich in diesem Zusammenhang sehr treffend:

„Zu achten ist auch, dass man den Begriff „barrierefrei" nur dann verwenden darf, wenn das Angebot auch tatsächlich für alle Behindertenformen zugänglich ist."

Zur Interviewfrage: Welche sonstigen Leistungen bzw. Informationen sind im Vorfeld der Buchung oder Inanspruchnahme des Angebotes notwendig?

Neben den Vorabinformationen in Bezug zur Weg- bzw. Geländebeschaffenheit im Projektgebiet (Rauchbodenweg, Weidendom, Lettmair Au) sollten auch relevante Informationen in Bezug zur regionalen Infrastruktur gegeben werden.

Folgende Aspekte wurden oftmals genannt:

- Vorabinformation über vorhandene Gastronomieangebote, über Einkaufsmöglichkeiten sowie über das vorhandene barrierefreie Beherbergungsangebot in der Region.

  In diesem Zusammenhang empfehlen mehrere InterviewpartnerInnen, dass sich der Nationalpark selbst überzeugen sollte, ob ein Partner entlang der touristischen Servicekette auch tatsächlich sein Angebot bzw. seinen Betrieb barrierefrei ausgebaut oder eingerichtet hat. Die Erfahrung zeigt, dass touristische Partner (z.B. Gastronomiebetriebe) oft eine falsche Auskunft im Hinblick auf eine barrierefreie Ausgestaltung ihres Angebotes bzw. Betriebes geben. Dies passiert aber zumeist unwissentlich, da der Betriebsinhaber oder das Personal nicht über das notwendige Wissen hinsichtlich Barrierefreiheit verfügen.
- Detaillierte Vorabinformationen über das barrierefreie Beherbergungsangebot in der Region
- Vorabinformationen über Einkaufsmöglichkeiten im Umfeld des Nationalparks bzw. des gegenständlichen Projektgebietes im Nationalpark
- Vorabinformation über die nächste vorhandene Apotheke
- Vorabinformation über das Personal, das die Gäste erwartet (z.B. in Form von Fotos auf Werbemedien)
- Angabe von Referenzveranstaltungen bzw. Referenzangeboten, die der Nationalpark gegebenenfalls bereits erfolgreich durchgeführt hat bzw. regelmäßig anbietet.
- Vorabinformation bezüglich der Verfügbarkeit barrierefreier öffentlicher Verkehrsmittel inkl. detaillierter Anreiselogistik (Fahrplan, Umsteigesituationen etc.)

Ergänzend zu den oben angeführten Vorschlägen der interviewten Personen, werden im Folgenden weitere Aspekte aus der Literatur angeführt, welche im Rahmen der Vorbereitungsphase (Vorbereiten, Informieren, Buchen) als Problemfelder auftreten können:[98]

Reisende im Rollstuhl

- Fehlende Kompetenz und Sensibilität der MitarbeiterInnen im Reisebüro oder im Informationszentrum
- Reisebüro bzw. Informationszentrum ist für RollstuhlfahrerInnen nicht zugänglich (Eingang nur über Stufen erreichbar; Türen zu schmal, Counter zu hoch etc.)

Sehbehinderte und blinde Personen

- Keine detaillierten Informationen zu Reisezielen und Angeboten für sehbehinderte und blinde Personen
- Informationen werden oft in zu kleiner Schrift und in kontrastschwacher Farbgestaltung gegeben
- Fehlende Kompetenz und Sensibilität der MitarbeiterInnen im Reisebüro oder im Informationszentrum
- Schwierige Orientierung im Reisebüro oder Informationszentrum

Hörbehinderte und gehörlose Personen

- Unzureichende oder wenig aussagekräftige Informationen zu speziellen Angeboten

Reisende Menschen mit Lernschwierigkeiten

- Keine bzw. kaum verständlich aufbereitete Informationen verfügbar
- Fehlende genaue und vollständige Informationen zu adäquaten Freizeit- bzw. Urlaubsangeboten

Wesentlich erscheint im Rahmen der Planungsphase eines Urlaubes das Thema „Beratungsqualität". Grundsätzlich sollen lt. Meinung vieler befragten StakeholderInnen die MitarbeiterInnen des Informationszentrums in Admont bzw. des nationalparkeigenen Reisebüros auf behinderte Menschen genauso zugehen wie auf andere Gäste bzw. KundInnen. Fragen nach den Urlaubswünschen, Reiseplänen, Transportmittel etc. stehen zunächst im Vordergrund. Werden von den Gästen spezielle Fragen gestellt (etwa über Zugänglichkeit des Rauchbodenweges etc.) oder Befürchtungen zu bestimmten Aspekten des gegenständlichen Freizeitangebotes im Nationalpark geäußert, dann sollte nach der Art, dem Ausmaß und den Auswirkungen der Behinderung gefragt werden[99].

[98] vgl. ADAC (2003), S. 28 ff.
[99] vgl. Berdel/Gödl/Schoibl (2003), S. 50 ff.

Hier ist es wichtig, den Grad der Mobilität zu eruieren, damit etwaige Einschränkungen in der Wahl der Transportmittel oder der Unterkunft berücksichtigt werden können.

Folgende Fragen könnten beispielsweise in diesem Zusammenhang an RollstuhlfahrerInnen gerichtet werden:[100]

- Bei RollstuhlfahrerInnen soll gefragt werden, ob sie stehen, gehen oder Treppen steigen können bzw. ob sie den eigenen Rollstuhl mit auf die Reise nehmen wollen.
- Nach den Abmessungen des Rollstuhls fragen: Höhe, Breite, Länge, Gewicht und ob er zusammenfaltbar ist.

Wenn kein Rollstuhl benützt wird, wären folgende Gesichtspunkte zu klären[101]:

- *„andere Gehhilfen (etwa Gehstöcke, Krücken)*
- *wie lange ohne Beschwerden gestanden und gegangen werden kann, bzw. wie viele Treppenstufen bewältigt werden können*
- *andere Probleme (Gleichgewichtsstörungen, Schwierigkeiten mit dem Gepäck)*
- *Bedarf nach weiteren Hilfsmitteln und Vorsorgen, die für die eigenständige Nutzung der Infrastruktur (z.B. Hygiene, Toilette etc.) wichtig wären*
- *ob und für welche Tätigkeiten eine persönliche Assistenz erforderlich ist."*

Am Beispiel der Behinderungsform „Mobilitätseinschränkung" zeigen diese fünf Fragen die Komplexität der Beratungsqualität in Zusammenhang mit den unterschiedlichsten Arten von Behinderungen auf.

Die Schulung der MitarbeiterInnen entlang der touristischen Servicekette wird von den Befragten vielfach als sehr wichtig gesehen. Auch aus der Studie des ADAC (2003) geht die Bedeutung der Weiterbildung für MitarbeiterInnen klar hervor[102]

Zur Interviewfrage: Wann könnten sich Menschen mit Behinderung im Zuge der Bewerbung von barrierefreien BesucherInnenangeboten diskriminiert fühlen?

In diesem Zusammenhang wurde im Rahmen der Interviews oftmals betont, dass die Nationalparkverwaltung als Anbieter sozusagen das richtige „Wording", d.h. die richtige Wortwahl, in Bezug zu Barrierefreiheit anwenden müsse. Als Beispiel wurde mehrmals genannt, dass von „Menschen mit einer Behinderung" anstelle von „behinderten Menschen" gesprochen werden sollte. Viele der Befragten äußern in diesem Zusammenhang die Meinung bzw. Befürchtung, dass eine nicht korrekte Wortwahl von den betroffenen Gästen bzw. BesucherInnen als diskriminierend empfunden werden könnte. Im Zuge der Bewerbung mit Drucksorten bzw. im Rahmen des Internetauftritts sollte hinsichtlich der Wortwahl bzw. der Satzlängen auf eine leicht verständliche Sprache geachtet werden. In

[100] vgl. Berdel/Gödl/Schoibl (2003), S. 56
[101] vgl. Berdel/Gödl/Schoibl (2003), S. 57
[102] vgl. ADAC (2003), S. 28 ff.

diesem Zusammenhang verweist ein Interviewpartner auf die Website http://www.leichtesprache.org. Vereinzelt wird empfohlen, dass etwaige Drucksorten vor dem Drucken in Hinblick auf „Barrierefreiheit“ von einer fachlich versierten Person Korrektur gelesen werden sollte.

Alle InterviewpartnerInnen vertreten zwar die Meinung, dass das richtige Wording im Rahmen der Bewerbung des barrierefreien Angebotes wichtig ist, unterschiedliche Standpunkte werden allerdings hinsichtlich der Bedeutung bzw. des Stellenwertes eines sozusagen „perfekten Wordings“ geäußert. Ein Interviewpartner meint dazu sehr treffend:

> *„Generell sollte das Thema „Barrierefreiheit“ proaktiv seitens des Nationalpark Gesäuse beworben werden. Es gibt aber immer wieder „Fundamentalisten“, die sozusagen „das Haar in der Suppe“ hinsichtlich Diskriminierung suchen. Diese Personen kann man sowieso nie zufrieden stellen. Durch das Anbieten von integrativen Führungen mit einem im Hinblick auf „Barrierefreiheit“ speziell geschulten Ranger als Begleitperson, würde der Nationalpark sehr viel Positives für Menschen mit Behinderung tun und sein diesbezügliches echtes Bemühen zeigen.“*

Demgegenüber stehen Meinungen von StakeholderInnen, die das Thema „Diskriminierung“ sozusagen nicht so „locker“ einschätzen, zum Beispiel zwei getätigte Aussagen zu dieser Thematik:

- *„Wenn Menschen mit Behinderung Angebote aufgrund mangelhafter barrierefreier Ausgestaltung nicht nutzen können, liegt Diskriminierung vor.*
- *Wenn die Bestimmungen des Bundes-Behindertengleichstellungsgesetzes und die anzuwendenden ÖNORMEN nicht eingehalten werden, liegt Diskriminierung vor.“*

Wiederholt wurde angeregt, dass engagierte Behindertenorganisationen (z.B. für blinde bzw. sehbeeinträchtigte Personen) bei der Angebotsentwicklung des Nationalparks beratend eingebunden werden sollten, damit diese Organisationen das nötige Know How bzw. ihre Erfahrungen einbringen können. Die Website des Nationalparks sollte nach Meinung mehrerer InterviewpartnerInnen direkt von diesen Organisationen hinsichtlich Barrierefreiheit überprüft werden. Manche Organisationen bieten diese Tätigkeit offiziell als Dienstleistung an. Über die diesbezüglichen Kosten wussten die interviewten StakeholderInnen jedoch nicht Bescheid.

Ein Interviewpartner gibt allerdings in diesem Zusammenhang zu bedenken, dass erfahrungsgemäß jeder Betroffene eine andere Meinung hinsichtlich der barrierefreien Ausgestaltung von Angeboten hat. Deswegen ist auch die Eigenverantwortung und Eigenkreativität des Freizeitanbieters bzw. touristischen Anbieters notwendig und gefragt.

Mehrere InterviewpartnerInnen sind der Ansicht, dass man als Freizeitanbieter nicht immer alles perfekt in Zusammenhang mit Barrierefreiheit anbieten kann. Dies ist aus Sicht mehrerer StakeholderInnen meist gar nicht machbar – insbesondere wenn es sich sozusagen erst um einen „jungen“ Anbieter von barrierefreien Freizeitangeboten, wie den Nationalpark Gesäuse, handelt.

Ein Interviewpartner, der selbst Rollstuhlfahrer ist, sieht in Zusammenhang mit Diskriminierung kaum Probleme. Für ihn ist wichtig, dass die Gäste das Gefühl vermittelt bekom-

men, dass der Nationalpark ihre Ängste und Sorgen ernst- und wahrnimmt. In diesem Zusammenhang passen auch folgende Meinungen, die im Rahmen der Befragungen gefallen sind:

- Das Angebot muss vom Personal wirklich vom Herzen aus getragen werden.
- Ehrliche Auskunft in Bezug auf das Angebot geben.

Aus den teilweise unterschiedlichen Meinungen der Befragten kann man ableiten, dass das Thema „Diskriminierung" oft verschieden interpretiert wird.

Fazit:

Für Reisende mit Behinderung ist die Reisevorbereitung von großer Bedeutung. Die Tatsache, dass sie im Vergleich zu anderen Reisenden einen erhöhten Informationsbedarf haben, erhöht den organisatorischen und logistischen Aufwand für den Nationalpark in beträchtlichem Maße. Informationen über die barrierefreie Zugänglichkeit der Parkinfrastruktur, der Infrastruktur in der umliegenden Tourismusregion (Shop, Apotheke, weitere Freizeitangebote) sowie eine detaillierte Beschreibung über die „barrierefreie" Unterkunft sind für Menschen mit Behinderung von großer Wichtigkeit, um eine Reise zu planen. In diesem Prozess der Vorbereitungsphase müssen sämtliche Leistungsträger entlang der touristischen Servicekette mit eingebunden werden.

5.2.3 Reisephase

Der Umstand, dass oft keine durchgehende, barrierefreie Transportkette angeboten wird, stellt die Menschen mit einer Behinderung oft vor große Schwierigkeiten. Deswegen tritt mancher potentielle Gast die Reise erst gar nicht an oder aber er kommt unzufrieden und erschöpft ans Ziel.[103]

5.2.3.1 Schwierigkeiten im Rahmen der Anreise bzw. Mobilität in der Region[104]

Eine ADAC-Studie aus dem Jahr 2003 hat sich mit der Thematik eingehend beschäftigt. Einige der Punkte, die auch für den Nationalpark Gesäuse relevant sein könnten, werden im Folgenden dargelegt.

Reisende im Rollstuhl mit dem PKW

- Wenige Mietwagen mit der Möglichkeit der Umrüstung auf Handgas und genügend Platz zum Verstauen des Rollstuhles (lange Vorausbuchungsfristen)
- Fehlende oder nicht geeignete Parkmöglichkeiten in der Nähe des Freizeitangebotes

[103] vgl. Hitsch (2005)
[104] vgl. ADAC (2003),S. 32 ff

Reisende im Rollstuhl mit der Bahn

- Schmale Gänge, fehlende Stellmöglichkeiten für Rollstühle, fehlende rollstuhlgerechte Toiletten
- Fahrkartenautomaten schlecht positioniert bzw. Fahrkartenschalter zu hoch
- Barrieren beim Zugeinstieg, schlechte Zugänglichkeit der Bahnhofsgastronomie
- Lange Wartezeiten beim Umsteigen

Reisende im Rollstuhl während Transfers im Ort bzw. der Region

- Fahrpläne und Fahrkartenautomaten für Rollstuhlfahrer zu hoch
- Kein selbstständiger Einstieg in Bus oder Bahn infolge der Höhenunterschiede zwischen Straße und Bus bzw. Bahn möglich

Gehbehinderte Personen

- Zu hohe Stufen und zu wenig Haltegriffe bei den Ein- bzw. Ausstiegtüren
- Zu wenig Beinfreiheit bei den Sitzen
- Zu wenig Sitzmöglichkeiten im Bahnhofsbereich
- Schweres oder unhandliches Gepäck

Sehbehinderte oder blinde Reisende

- Schmale Gänge, unzureichende Kennzeichnung der Einrichtungen wie z.B. WCs
- Keine akustischen Hilfen im Verkehrsmittel
- Fahrpläne und Fahrkartenautomaten schlecht erkennbar
- Fahrkartenautomaten nicht selbstständig bedienbar
- Lange unbekannte Wege in den Bahnhofsbereichen
- Bauliche Barrieren wie Höhendifferenzen zwischen Bahnsteigen, Zugänglichkeit von Gastronomie, Einzelhandel und Toiletten
- Fehlende oder zu wenig hervorgehobene Haltevorrichtungen und Signalköpfe in Bussen
- Fehlende oder unzureichende Informationshilfen zur Orientierung

Hörbehinderte und gehörlose Menschen

- Nicht verständliche Durchsagen im Verkehrsmittel oder beim Bahnhof
- Geringe Informationsmöglichkeiten am Bahnhof
- Im Reisebus sind WCs als solche oft nicht erkennbar
- Kaum Orientierungsmöglichkeiten im Bahnhofsbereich
- Fehlende Sensibilisierung des Personals am Fahrkartenschalter

Fazit:

Viele der vorhin genannten Schwierigkeiten liegen nicht im unmittelbaren Einflussbereich der Nationalpark Gesäuse GmbH. Die Nationalparkverwaltung kann aber bei den verantwortlichen Stellen der öffentlichen Verkehrsträger in diesem Zusammenhang beratend oder informativ agieren.

5.2.3.2 StakeholderInnenmeinungen zu An- und Abreise bzw. Mobilität mit öffentlichen Verkehrsmitteln

Einen wichtigen Aspekt für Tourismus- und Freizeitangebote stellt die reibungslose und barrierefreie Mobilität in den Regionen dar. Laut Aussagen von InterviewpartnerInnen werden die öffentlichen Verkehrsmittel derzeit von Menschen mit Behinderung nur etwa zu 5 % genutzt und daher ist es für die Steigerung der Nachfrage sehr wichtig, ein gutes Angebot zu schaffen. Alle Verkehrsträger wie Bahn, Bus, Taxi oder Shuttledienste sollten dabei betrachtet werden.

Auch sollte abgeklärt werden, ob der bestehende öffentliche Verkehr der Region überhaupt den Ansprüchen – jetzt und in Zukunft – gerecht werden kann.

Einige Ideen und Anregungen der InterviewpartnerInnen:

- Einflussnahme zur Sicherstellung der problemlosen barrierefreien Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln (Stationen und Bahnhöfe sollten barrierefrei sein)
- Gewährleistung eines verlässlichen Fahrplanes für öffentliche Verkehrsmittel
- Direkte Verbindungen sind sehr wichtig
- Ein reibungsloser Ablauf muss gewährleistet werden (vom Einsteigen zu Hause bis zum Aussteigen in der Zieldestination)
- Fahrpläne sollten leicht lesbar und verständlich gestaltet werden und auch im Nationalpark ausgehängt sein
- Öffentliche Verkehrsmittel sollen in entsprechender Frequenz und zu angemessenen Preisen angeboten werden

Wie können diese Forderungen erfüllt werden und welche Personengruppen werden hierbei angesprochen bzw. erreicht:

- Taxiunternehmen sollen die Lücke zwischen Bahnhof und Quartier schließen
- Es sollen Shuttledienste angeboten werden
- Unterbringungsmöglichkeiten sollten entsprechend angebunden sein
- Keine weiten Wege zu Haltestellen
- Wichtig ist ein unkomplizierter Zugang und das soll auch deutlich kommuniziert werden
- Öffentliche Verkehrsmittel sind für blinde Menschen besonders wichtig
- Blindenhunde sollen problemlos mitgenommen werden können

- Öffentliche Verkehrsmittel sind auch für ältere Menschen wichtig
- Es sollten Alternativen zur Eisenbahn überlegt werden (Busse, Taxis)

Technische Maßnahmen und Voraussetzungen für den optimalen Mobilitätsablauf bei der An- und Abreise sowie während des gesamten Aufenthaltes in der Tourismusregion Nationalpark Gesäuse:

- Niederflurbusse mit Anzeige und akustischer Durchsage sollten eingesetzt werden
- Wenn Hochflurbusse eingesetzt werden, dann sollten diese mit einer mechanischen Rampe ausgerüstet sein, da ein Vorteil gegenüber der elektrischen besteht
- Taxis müssen barrierefrei sein
- Installation eines Rufbussystems (auch mit akustischen Signalen)
- Errichtung eines Farbleitsystems im öffentlichen Verkehr
- Richtige Farbgebung bei der Beschriftung der Busse (Orange ist für sehbehinderte Menschen günstig)
- Lautsprecher von Autobussen sollen induktiv ausgestaltet werden
- Durchsagen in den Stationen sollen induktiv hörbar gemacht werden
- Informationen nicht nur über Lautsprecher geben (z. B. bei Verspätungen), sondern auch über Displays
- Etwaige Rufbusboxen tiefer aufhängen, damit sie von RollstuhlfahrerInnen erreicht werden können

Bezüglich der Bewerbung und der Kooperationen mit den Mobilitätsanbietern wurden folgende Vorschläge gemacht:

- ÖV sollte vom NP Gesäuse mitbeworben werden; mit „Ökotourismus“ könnte ein neuer Marketingzweig entstehen
- Spezialticket „Bahn & Natur“ analog „Wedelweiß-Ticket“
- Angebot von Kombitickets – Nationalpark und öffentlicher Verkehr – in den umliegenden Unterkünften
- Einheitliche Vorgangsweise beim Anmelden der Fahrgäste mit Rollstühlen bei den ÖBB
- Buchungsmöglichkeit im Nationalpark für öffentliche Verkehrsmittel (auch miteinander kombinierbar)
- Zusammenarbeit mit dem Samariterbund hinsichtlich der Abholung von einem Flughafen
- Besonderes Augenmerk soll auf die Logistik von der Ankunft mit öffentlichen Verkehrsmitteln in der Region bis zur Unterkunft gelegt werden
- Menschen mit Behinderung sollten darauf aufmerksam gemacht werden, dass sie sich rechtzeitig bei öffentlichen Verkehrsmitteln anmelden, sofern sie dort Hilfestellung benötigen

- Engagement des Nationalparks Gesäuse, mittelfristig wieder mehr Sonderzüge durch die Region zu bekommen
- Thema „öffentlicher Verkehr“ im Rahmen der Entwicklung einer Gästecard proaktiv aufgreifen
- Teilnahme an einem Verkehrsverbund bzw. Partnerschaften mit regionalen Verkehrsverbünden
- Anfrage bei den ÖV-Trägern betreffend Umrüstung von Bussen auf Barrierefreiheit

Allgemeine Vorschläge und Anmerkungen:

- Einwirken auf BuschauffeurInnen, dass sie einen freundlichen Umgang mit Menschen mit Behinderung pflegen
- Begleitdienste sollen angeboten werden
- Verbesserung der Logistik der ÖBB beim Umsteigen (z. B. sind 1.-Klasse-Wagen immer unterschiedlich angeordnet – hinten oder vorne – was zu langen Wegen beim Umsteigen führt)
- Durch die Nutzung der SWISS•TRACs können Menschen mit Mobilitätsbeeinträchtigung bzw. RollstuhlfahrerInnen das Angebot ohne fremde Hilfe nutzen. Das ist für die Zielgruppe sehr attraktiv!
- Laut UN-Konvention (von Österreich ratifiziert) müssen öffentliche Verkehrsmittel innerhalb von ein paar Jahren barrierefrei sein

5.2.4 Aufenthaltsphase

„*Tourismus für Menschen mit Behinderung ist ohne gästefreundliche, behindertengerechte Beherbergungsbetriebe nicht denkbar. Wenn die Unterbringung und die Bewirtung ‚nicht stimmen‘, nützen weder die besten Reisevorbereitungen, noch eine geschlossene Mobilitätskette, noch die schönsten Landschaften. Dies gilt für Tagesreisende ebenso wie für Reisende mit längeren Aufenthalten.“*[105]

Die Aspekte „Wohnen und Schlafen, Essen und Trinken sowie Service und Assistenz“ der Reisephase werden im Rahmen dieser Diplomarbeit nicht näher beleuchtet. Dies würde den Rahmen der Arbeit sprengen, außerdem liegen zu dieser Thematik bereits ausgezeichnete Arbeiten vor: Rannegger (2005), ADAC (2003), Berdel D., Gödl D., Schoibl H. (2003)

Im Folgenden werden die Aussagen der StakeholderInnen in Bezug auf Führungen und Pauschalangebote analysiert. Konkrete buchbare Angebotsvorschläge werden von den VerfasserInnen in Kapitel 7.5 beschrieben.

[105] Berdel/Gödl/Schoibl (2003), S. 62

5.2.4.1 Führungen

Die Erarbeitung eines barrierefreien BesucherInnenangebotes im Nationalpark Gesäuse soll sich nicht nur auf infrastrukturelle Maßnahmen beschränken. Zudem soll es Menschen mit Behinderung ermöglicht werden, die Natur im Nationalpark im Rahmen von umweltbildnerischen fachlichen Führungen zu erleben. Die Voraussetzungen für die Durchführung von Führungen liegen zweifellos in der notwendigen Infrastruktur, einerseits in den baulichen Maßnahmen (entsprechende Wegausgestaltung etc.), andererseits aber auch in der Zurverfügungstellung von fachlich qualifiziertem Personal. Liegen diese Grundvoraussetzungen vor, können entsprechende Führungen in differenzierter Weise konzipiert werden.

Führungen für und mit behinderten Menschen können als spezielle Führungen, also ausschließlich für eine Zielgruppe (z.B. blinde oder gehörlose Menschen), oder als integrative Führungen, das sind gemeinsame Führungen für Menschen mit und ohne Behinderung, angeboten werden. Nachdem in der Literatur keine für den Nationalpark eindeutigen Antworten auf die Frage gefunden werden konnte, ob speziellen oder integrativen Führungen oder einem kombinierten Angebot der Vorzug gegeben werden soll, wurde diese Thematik auch in der externen Analyse im Rahmen der durchgeführten qualitativen Interviews behandelt. Deshalb wurden die StakeholderInnen nicht nur über die Art der Führung, sondern auch über ihre Gestaltung und Dauer sowie über die anzustrebende Gruppengröße befragt.

Die Auswertung der qualitativen Interviews hat ergeben, dass sich die StakeholderInnen in etwa zu gleich großen Teilen für integrative, spezielle und dem Doppelangebot von integrativen und speziellen Führungen ausgesprochen haben, wobei ein leichter Überhang für die Durchführung von integrativen Führungen zu ersehen ist.

Als wesentliches Argument für das Angebot von integrativen Führungen wurde die Zugehörigkeit, das nicht „abgestempelt sein“ als behinderter Mensch, angeführt. Besonders wichtig wurde dabei die technische Ermöglichung (z.B. SWISS•TRACs, Guides) der Teilnahme am Standardprogramm gesehen. Gegen integrative Führungen wurde ins Treffen geführt, dass diese Art der Führungen oft logistisch bzw. technisch nur sehr schwer umsetzbar ist. Ebenso wurde es als problematisch gesehen, integrative Führungen für Gruppen anzubieten, die sich in gewissen Aspekten ausschließen (z.B. blinde und gehörlose Menschen).

Ein Bedarf für spezielle Führungen wurde vor allem für Menschen mit Lernbehinderung gesehen. Grundsätzlich wurde aber darauf hingewiesen, dass in Spezialführungen für bestimmte Zielgruppen, z.B. für blinde Menschen, besser auf deren Bedürfnisse eingegangen werden kann. Es wurden auch Vorschläge gemacht, wonach spezielle Führungen nur für Gruppen, die gemeinsam anreisen, im Zuge eines Rahmenprogramms oder als besonderes Zusatzprogramm angeboten werden sollen. Ein relativ großer Teil der StakeholderInnen hat aber auch ausdrücklich gegen spezielle Führungen argumentiert, weil diese für gewisse Zielgruppen angebotenen Führungen stigmatisierend sein können.

Als wesentliche Voraussetzung für die optimale Gestaltung von Führungen wurde die entsprechende pädagogische Ausbildung der Führer (Ranger) gesehen. Die Führer sollten um die jeweiligen Ansprüche der behinderten Menschen Bescheid wissen und sensibel

aber „natürlich“ mit dieser Situation umgehen. So wurde festgehalten, dass es wichtig ist, nach individuellen Bedürfnissen nachzufragen oder in entsprechender Weise zu handeln, wenn sich ein/e BesucherIn ausgeschlossen fühlt.

Bei integrativen Führungen von Kindern mit Lernschwierigkeiten wurde der Bedarf gesehen, den Kindern gewisse Grenzen (z.B. dass Menschen, die das nicht wollen, auch nicht angegriffen werden sollen) vorweg aufzuzeigen. Bei integrativen Führungen wurde aber auch vorgeschlagen, Menschen ohne Behinderung vor der Führung über den integrativen Verlauf der Führung zu informieren.

Unabhängig von der Art der Führung wurde empfohlen, Führungen so zu gestalten, dass alle Sinne der teilnehmenden Menschen angesprochen werden.

Bei speziellen Führungen für RollstuhlfahrerInnen wurde die Anstellung eines(r) RollstuhlfahrerIn als Ranger zur Durchführung der Führungen empfohlen.

Von einer großen Anzahl von StakeholderInnen wurde der Einsatz der „XEIS Guides“ bei Führungen befürwortet. Der „XEIS Guide“ sollte dabei für die Bedürfnisse verschiedener Zielgruppen adaptiert werden. Für hörbehinderte Menschen sollten Gebärdensprachenvideos, für sehbehinderte Menschen sollten akustische Informationen abrufbar sein.

Häufig wurde auch angeregt, dass bei Führungen ertastbare Informationen für blinde Menschen zur Verfügung gestellt werden sollten.

Führungen könnten, nach Aussage der Befragten, von 30 Minuten bis über 3 Stunden dauern, wobei aber der Großteil Führungen bis zu maximal 2 Stunden bevorzugt hat. Die Dauer der Führungen wurde auch von der Anreisezeit abhängig gemacht, so sollten Führungen bei längerer Anreise auch länger dauern. Andere StakeholderInnen haben sich aber auch für kurze Führungen ausgesprochen, weil Menschen mit Behinderung oft schneller ermüden als Menschen ohne Behinderung. Grundsätzlich wurde darauf verwiesen, dass die Dauer der Führung jedenfalls auch von der Attraktivität des Angebotes abhängt.

Mehrere StakeholderInnen haben sich für Gruppengrößen bis max. 10 Personen ausgesprochen, die sowohl bei speziellen Führungen als auch bei integrativen Führungen nicht überschritten werden sollten. Als wesentliches Kriterium für die anzustrebende Gruppengröße wurde auch der Grad der Behinderung der TeilnehmerInnen gesehen.

Fazit:

All diese Gesichtspunkte sollten in die Planungen des Nationalparks Gesäuse von Führungen einfließen. Durch die externe Analyse zeichnet sich ab, dass sowohl integrative als auch spezielle Führungen angeboten werden sollten, wobei die Teilnehmerzahl bei integrativen Führungen 10 Personen nicht übersteigen und die Dauer dieser Führungen nicht über 1 bis max. 2 Stunden hinausgehen sollte. Grundvoraussetzung für erfolgreiche Führungen ist natürlich die attraktive Gestaltung des Programms. Als besonders wichtig hat sich aber auch die entsprechende pädagogische Ausbildung der Ranger herauskris-

tallisiert. Diese Anforderungen erscheinen als die Eckpfeiler für die erfolgreiche Gestaltung von Führungen im Rahmen eines barrierefreien BesucherInnenangebotes.

5.2.4.2 Pauschalangebote

Artikel 2 der Richtlinie 90/314/EWG des Rates vom 13. Juni 1990 definiert den Begriff „Pauschalreise" als „*die im Voraus festgelegte Verbindung von mindestens zwei der folgenden Dienstleistungen, die zu einem Gesamtpreis verkauft oder zum Verkauf angeboten wird, wenn diese Leistung länger als 24 Stunden dauert oder eine Übernachtung einschließt:*

- *Beförderung,*
- *Unterbringung,*
- *andere touristische Dienstleistungen, die nicht Nebenleistungen von Beförderung oder Unterbringung sind und einen beträchtlichen Teil der Gesamtleistung ausmachen."*

Nach allgemeiner Auffassung kann die Pauschalreise als das Gegenteil der Individualreise angesehen werden. Für Menschen mit Behinderung können Pauschalreisen Erleichterungen gegenüber Individualreisen im Hinblick auf die gesamte touristische Servicekette (z.B. Anreise, Abreise, Unterbringung, Freizeitgestaltung, Führungen, Unterhaltung, Kultur) bringen. Neben diesem Gesichtspunkt spricht auch die Einbeziehung des regionalen kulturellen und wirtschaftlichen Umfeldes des Nationalparks Gesäuse für die Erstellung von Pauschalangeboten.

Die StakeholderInnen wurden im Rahmen der externen Analyse daher zu ihrer grundsätzlichen Haltung zu Pauschalreisen für behinderte Menschen und zu den Anforderungen derartiger Angebote an den Nationalpark Gesäuse und der umliegenden Tourismusregion befragt.

Der überwiegende Teil der Befragten hat die Erstellung von Pauschalangeboten für Menschen mit Behinderung befürwortet. Ein Großteil der StakeholderInnen hat ein kombiniertes Angebot der vorhandenen und geplanten Nationalparkeinrichtungen und -aktivitäten mit Tourismusdestinationen in der Region vorgeschlagen. Als besonders attraktive kombinierfähige Tourismusangebote im Umfeld des Nationalparks wurden das Stift Admont, das Pferdegestüt Piber, die Grimmingtherme in Bad Mitterndorf, die „Oase Berta" in Bad Aussee, Kultur im Ausseerland und die Dachsteinregion an sich genannt. Hingewiesen wurde, dass der Nationalpark Gesäuse danach trachten sollte, sein künftiges barrierefreies Angebot in bestehende Erlebnisangebote der Region zu integrieren.

Vielfach wurde auch eine Reisekombination von Naturerlebnis mit städtischen Destinationen als günstig erachtet. Diesbezüglich wurde vor allem die Achse Linz-Gesäuse-Graz genannt. Mehrfach wurde die Kombination von Reisen in den Nationalpark und in städtische Destinationen aber auch abgelehnt. Es wurde auch die Ansicht vertreten, dass keinerlei Sonderpackages angeboten werden sollten.

Befragt über die Dauer der Mehrtagespauschalen, reichte die Palette der Antworten von der 2-Tagespauschale bis zum einwöchigen Aufenthalt. Der überwiegende Anteil der Interviewten hat Mehrtagespauschalen von 3 bis 7 Tagen, insbesondere verlängerte Wo-

chenenden, für günstig erachtet. Von wenigen StakeholderInnen wurde die Erstellung von Eintagesangeboten für zielführender befunden. Es wurde auch die Meinung vertreten, dass die Dauer der Mehrtagespauschalen nicht generalisiert werden kann, weil sie stark von der Dauer der Anreisezeit abhängt.

Zum Inhalt von Pauschalangeboten wurden lediglich dahingehend gleichlautende Aussagen gemacht, wonach bei speziellen Packages immer auch die An- und Abreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln (z.B. Zusammenarbeit mit Railtours, ÖBB) integriert werden sollte. Weiters wiesen StakeholderInnen darauf hin, dass die Angebote so geplant werden sollten, dass dazwischen ausreichend Erholungsmöglichkeiten gegeben sind. Prinzipiell sollten immer mehrere Packages angeboten werden. Wesentlich erschien weiters, dass im Rahmen der Pauschalen auch ein Abendprogramm vorgesehen ist.

Hinsichtlich der Planung und Organisation der Pauschalangebote wurde von StakeholderInnen die Zusammenarbeit mit Behindertenorganisationen bzw. -verbänden, die Kooperation mit anderen National- und Naturparks und die Erarbeitung von speziellen Angeboten für Betriebsausflüge sowie für bestimmte Zielgruppen angeregt. Schließlich wurde die Durchführung eines Destinationsmanagements empfohlen und die Meinung vertreten, dass Pauschalangebote evaluiert und laufend verbessert werden sollten.

Die befragten StakeholderInnen wurden um Vorschläge für „perfekte Dreitagespackages“ gebeten. Der überwiegende Teil dieser Vorschläge hat dabei einen Tag für An- und Abreise vorgesehen. Ein Tag dient der Nutzung des barrierefreien Angebotes im Nationalpark (Weidendom, ökologischer Fußabdruck, Rauchbodenweg, Geologieausstellung, Lettmair Au etc.), und ein Tag sollte für Kultur- (Stift Admont, Kulturfahrt nach Graz, Schloss Trautenfels etc.), Sport- (Reiten, Rafting, Wandern, Bogenschießen, Tauchen etc.) oder weitere Naturerlebnisse (einschließlich Campieren, Lagerfeuer etc.) veranschlagt werden. Mit Rücksicht auf mögliches Schlechtwetter wurde die Kombination von In- und Outdoorangeboten empfohlen.

Die Auswertung der qualitativen Interviews zur Thematik Pauschalreisen hat insgesamt eine Befürwortung von Mehrtagespauschalen ergeben. Bei der Erarbeitung konkreter Produktpakete werden aber auch die darüber hinausgehenden Anregungen der StakeholderInnen zum Inhalt, der Planung bzw. Organisation der Pauschalangebote einzubeziehen sein.

5.3 Marktanalyse

Mit Hilfe einer Marktanalyse werden Informationen über den Markt hinsichtlich der Segmente, der Marktgröße, der Wettbewerber, der Kunden und Anforderungen sowie der Potentiale, wie auch in Abbildung 22 dargestellt, beschafft. Auf sie aufbauend werden für das Marketing strategische und operative Ziele abgeleitet.

Abbildung 22: Inhalte einer strategischen Marktanalyse[106]

Auf den folgenden Seiten werden die Inhalte der strategischen Marktanalyse für den Nationalpark Gesäuse beschrieben.

5.3.1 Marktsegmentierung und -beschreibung

Die Marktsegmentierung ist ein Werkzeug der Marktforschung und soll Unterschiede im Gesamtmarkt sowie die Gesetzmäßigkeiten, denen er folgt, darlegen. Unter Marktsegmentierung wird die Aufteilung eines Gesamtmarktes in Untergruppen (Marktsegmente), die bezüglich ihrer Marktreaktion intern homogen und untereinander heterogen sind sowie die Bearbeitung eines oder mehrerer dieser Marktsegmente verstanden.[107]

Mögliche Entwicklungstendenzen und Strukturen sind ebenfalls Ergebnisse der Marktsegmentierung.[108]

Nach folgenden Kriterien[109] kann segmentiert werden:

- Geographie (Bevölkerungsdichte, Stadt, Klima etc.)
- Demographie (Familienstand, Geschlecht, Haushaltsgröße etc.)
- Sozioökonomie (Einkommen, Ausbildung, Beruf, Berufsgruppe etc.)
- Psychographie (Werte, Meinungen, Interessen, Hobbys etc.)
- Verhaltensorientierung/beobachtbares Kaufverhalten (Kaufanlass, -verhalten, -häufigkeit, Preisverhalten etc.)

Wird der Gesamtmarkt in Teilmärkte zerlegt, folgt daraus die Erkenntnis, dass man sich auf bestimmte Zielgruppen konzentrierten muss, da nie auf alle MarktteilnehmerInnen

[106] Quelle: http://www.marktforschung.de/information/fachartikel/marktforschung/artikelserie-die-strategische-marktanalyse-teil-2-themen-und-inhalte-einer-marktanalyse/1/
[107] Vgl. Meffert (2000), S.181
[108] Vgl. http://www.wu.ac.at/werbung/download/abwl/checkliste_marktsegmentierung.pdf, S. 2
[109] Vgl ebenda, S. 6ff

zugleich eingegangen werden kann. Es ist aber auch möglich, keine Marktsegmentierung vorzunehmen, sondern den Gesamtmarkt zu bedienen.

Im Tourismus ist das Alter als Segmentierungsmerkmal von Bedeutung, da die Bedürfnisse und das Verhalten der KonsumentInnen mit dem Alter in Wechselwirkung stehen. Junge Urlauber haben erfahrungsgemäß andere Vorlieben als ältere Reisende.[110] Der Familienstand und die Zahl der Kinder sollten im Tourismus unbedingt Berücksichtigung finden, da die entsprechende Gestaltung der Reiseangebote stark das Kaufverhalten beeinflusst. Ein weiteres, hilfreiches touristisches Segmentierungskriterium ist das Einkommen, weil darauf aufbauend eine genauere Preisgestaltung der Produkte erfolgen kann.

Sieht man sich die Aussagen in den Interviews durch, können für den Nationalpark Gesäuse folgende Ableitungen hinsichtlich Marktsegmentierung gemacht werden: eine Segmentierung sollte nach den Kriterien Demographie sowie Geographie erfolgen.

Demographische Segmentierung

Außer den einzelnen Behinderungsarten (siehe dazu Tabelle 2), die aufgrund der Aufgabenstellung und Zielsetzung der vorliegenden Diplomarbeit ohnehin behandelt werden sollten, wurden von sozio-demographischen Segmentierungskriterien in den StakeholderInneninterviews am häufigsten bei den Kriterien „Alter“ und „Familienstand“

- Familien mit Kindern und älteren Familienmitgliedern sowie
- SeniorInnen bzw.
- Großeltern mit Enkelkindern

genannt.

Abbildung 23: Icon „Familie“[111]

Abbildung 24: Icon „Senioren“[112]

Geographische Segmentierung

Was die Makro-Geographie betrifft, halten mehr als die Hälfte der InterviewpartnerInnen die Fokussierung zunächst auf die nähere Umgebung (rote Ellipse in Abbildung 25), danach auf die Steiermark und Österreich (hellblaue Ellipse in der Abbildung) und letztendlich auf Deutschland (dunkelblaue Ellipse) für sinnvoll.

[110] Vgl. Meffert (2000), S. 192f.
[111] Quelle: http://icons.anatom5.de/ und http://www.natko.de/index.php/news/121/106/d,projekte_detail
[112] Quelle: ebenda

Abbildung 25: Zielmärkte für den Nationalpark Gesäuse [113]

Die genannten Zielmärkte liegen alle im deutschsprachigen Raum, wodurch der Hauptteil der Informationsmedien auf Deutsch belassen werden kann. Teile der Homepage des Nationalparks Gesäuse sind zur Zeit der Verfassung dieser Arbeit (Anm. der VerfasserInnen: Herbst 2009 und Frühjahr 2010) aber schon auf Englisch, Italienisch, Tschechisch und Französisch abrufbar. Mittelfristig könnten auch die ost- bzw. südosteuropäischen Nachbarländer angesprochen werden.

Fazit:

Gemäß Ableitungen aus statistischen Zahlen und Antworten aus den StakeholderInnenbefragungen sollte der Nationalpark Gesäuse sein Angebot außer auf Menschen mit Behinderungen im engeren Sinn (siehe dazu Tabelle 2) auf Familien mit Kind(ern) und ältere Personen abstimmen. Als Zielmarkt sollte kurzfristig neben der Steiermark und Österreich das benachbarte deutschsprachige Ausland bearbeitet werden. Mittelfristig ist eine Erweiterung auf die Nachbarländer aus dem ost- bzw. südosteuropäischen Raum denkbar.

5.3.2 Branchen- und Konkurrenzanalyse

Als Branche (französisch für „Zweig“) oder Wirtschaftszweig wird der berufliche oder unternehmerische Tätigkeitsbereich bezeichnet. In der Wirtschaft steht Branche für eine Gruppe von Unternehmen, die sehr ähnliche Güter und Produkte herstellen.

Die externen, auf eine Unternehmung einwirkenden Kräfte werden in der Branchenanalyse beschrieben. Der Harvard-Professor Michael E. Porter entwickelte Ende der 1970er Jahre sein Konzept der Branchen-Struktur-Analyse, in dem er fünf Triebkräfte des Wettbewerbs, wie auch in Abbildung 26 angeführt, darstellte:

[113] Quelle: www.goruma.de

- Rivalität unter den bestehenden Unternehmen
- Bedrohung durch neue Anbieter
- Verhandlungsstärke der Abnehmer
- Verhandlungsmacht der Lieferanten
- Bedrohung durch Ersatzprodukte (Substitution)

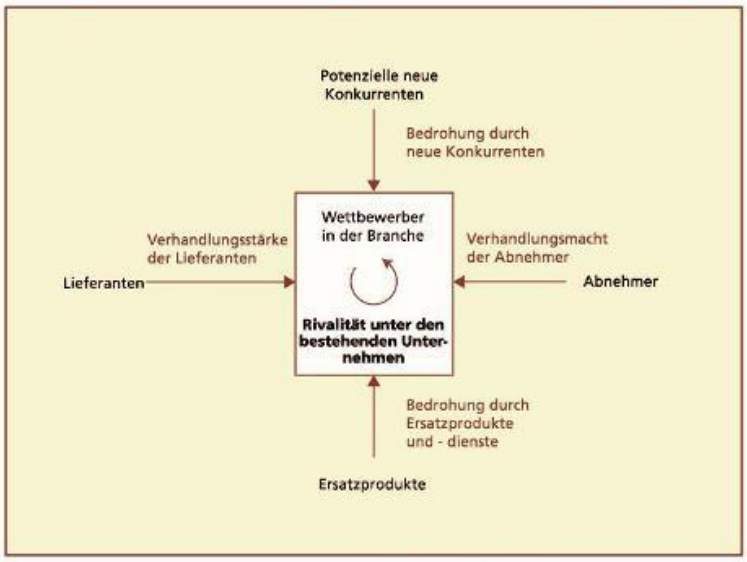


Abbildung 26: Wettbewerbsstrategie nach Porter[114]

Die Stärke der Bedrohung durch diese fünf Wettbewerbskräfte ist direkt proportional zu der Attraktivität der betrachteten Branche; d.h. die Branche wird immer unattraktiver je stärker die Bedrohung durch die fünf Wettbewerbskräfte wird.[115,116]

Branchenanalyse für den Nationalpark Gesäuse

Eine Auswahl an möglichen MitbewerberInnen der Branche „FreizeitanbieterInnen“ für den Nationalpark Gesäuse sind in Tabelle 4 dargestellt. Gesucht wurde nach AnbieterInnen von Freizeit- und/oder Naturerlebnissen im deutschsprachigen Raum, deren Angebot zumindest für RollstuhlfahrerInnen, Menschen mit Mobilitätseinschränkungen, Familien mit Kleinkindern und SeniorInnen geeignet ist (siehe Spalte „geeignet für“ in Tabelle 4). Dass BesucherInnen des Nationalparks Gesäuse vorwiegend aus dem deutschsprachigen Raum kommen, wurde aus den Aufzeichnungen des Nationalparks Gesäuse und den Antworten der befragten StakeholderInnen abgeleitet. Aus einem internen Dokument der Nationalpark Gesäuse GmbH geht hervor, dass im Durchschnitt in den Jahren 2005 bis

[114] Quelle: Michael E. Porter
[115] Vgl. Freyer (2009), S. 218
[116] Vgl. http://www.business-wissen.de/marketing/branchenanalyse-die-triebkraefte-des-wettbewerbs-fuer-sich-nutzen/

2007 ca. 63 % der Nächtigungen in der Alpenregion Nationalpark Gesäuse von ÖsterreicherInnen und die restlichen 37 % von ausländischen Gästen, davon aber knapp 90 % aus Deutschland, getätigt werden[117]. Als potentielle Quellmärkte in Österreich, das sind die Regionen, aus denen auch die Besucher des Nationalparks vornehmlich kommen, wurden die Großräume Graz, Linz und Wien identifiziert.

Die Streckenangaben (in der folgenden Tabelle 4) wurden in Straßenkilometern von Graz, Wien und Linz sowie vom Nationalpark Gesäuse gemessen und bei mehreren Routenvorschlägen jeweils die kürzeste Entfernung gewählt.

[117] Einreichunterlagen für den Tourismusaward EDEN 09, S.2

Tabelle 4: Branchenanalyse für den Nationalpark Gesäuse[118]

Anbieter	Adresse	Kurzbeschreibung	geeignet für	Angebote	Preissegment	Entfernung nach Graz [Straßen km]	Entfernung nach Wien [Straßen km]	Entfernung nach Linz [Straßen km]	Entfernung zum NP Gesäuse [Straßen km]	Homepage
Nationalpark Gesäuse	8913 Weng im Gesäuse	Nationalpark, Naturerlebnis	RollstuhlfahrerInnen (teilweise)	Führungen, Wanderungen, Klettern, Wassersport, Schitouren	Geologieausstellung: Erwachsene EUR 4,-, Kinder ab 6 J. und Jugendliche EUR 3,- für Schulklassen: ein Halbtag "forschen und entdecken im Weidendom": EUR 6,-/Schüler	112	236	117	0	http://www.nationalpark.co.at/
Freizeit-PSO Schladming	8970 Schladming	Sport und Wellness, barrierefreies Abenteuer- und Sportprogramm	RollstuhlfahrerInnen, Menschen mit Mobilitätseinschränkung, Sehbehinderte Menschen, Blinde Menschen, Hörbehinderte Menschen, Gehörlose Menschen, Familien mit Kleinkindern, SeniorInnen, AllergikerInnen, Menschen mit Lernschwierigkeiten	Sommer: Abenteuer Urlaub mit/ohne Familie Multi-Abenteuer-Urlaub extrem Individualprogramm für Gruppen & Familien Winter: Schikurse	Familien-Abenteuerurlaub (5 Tage/4 Nächte): EUR 528,-	169	293	160	70	http://www.freizeit-pso.com/
Kunsthaus Graz	8020 Graz	Ausstellungen, Veranstaltungen, Installationen	Menschen mit Mobilitätseinschränkung, Familien mit Kleinkindern, SeniorInnen, AllergikerInnen, Menschen mit Lernschwierigkeiten	wechselnde Ausstellungen	Erwachsene: EUR 7,- MmB: EUR 5,50,-	0	203	220	112	http://www.museum-joanneum.at/de/kunsthaus

[118] Quelle: eigene Recherche im Internet, eigene Darstellung

Anbieter	Adresse	Kurzbeschreibung	geeignet für	Angebote	Preissegment	Entfernung nach Graz [Straßen km]	Entfernung nach Wien [Straßen km]	Entfernung nach Linz [Straßen km]	Entfernung zum NP Gesäuse [Straßen km]	Homepage
Mariazeller Bürgeralpe	8630 Mariazell	Kultur, Freizeitpark	RollstuhlfahrerInnen, Menschen mit Mobilitätseinschränkung, Sehbehinderte Menschen, Hörbehinderte Menschen, Gehörlose Menschen, Sprachbehinderte Menschen, Familien mit Kleinkindern, SeniorInnen, Diabetes, Dialysebedarf, Sonstiger Diät-Bedarf, AllergikerInnen, Menschen mit Lernschwierigkeiten	Besuch des Wallfahrtsortes Mariazell, Fahrt in Panoramagondeln auf die Mariazeller Bürgeralpe, Freizeitpark "Erlebniswelt Holzknechtland", "Abenteuerland"	Erwachsene: EUR 14,90,- MmB: keine Ermäßigung; Ermäßigung bei Gruppen ab 10 Personen	113	138	150	98	http:/ / www.mariazell-buergeralpe.at
Wald der Sinne	8692 Neuberg/Mürz	Freizeit, Natur	RollstuhlfahrerInnen, Menschen mit Mobilitätseinschränkung, sehbehinderte Menschen, SeniorInnen	1,5 km langer Rundweg mit Kraftplätzen	Führung 3 h: EUR 6,-	105	124	181	124	http://www.wald-der-sinne.com/
Brandtner Schifffahrt GmbH	3313 Wallsee	Schifffahrt auf der Donau	RollstuhlfahrerInnen, Menschen mit Mobilitätseinschränkung, Familien mit Kleinkindern, SeniorInnen	barrierefreie Schifffahrt auf der Donau zwischen Melk und Krems; Tages- und Abendthemenfahrten, Charterfahrten	Erwachsene: EUR 25,- MmB: keine Ermäßigung 60+: -20 % Ermäßigung für Kinder in Begleitung der Eltern oder Großeltern	280	77	160	125	http:/ / www.brandner.at/
Sonnenland Draisinentour	7301 Deutschkreutz	Sport und Wellness	RollstuhlfahrerInnen, Menschen mit Mobilitätseinschränkung, Sehbehinderte Menschen, Blinde Menschen, Hörbehinderte Menschen, Gehörlose Menschen, Sprachbehinderte Menschen, Familien mit Kleinkindern, SeniorInnen, DiabetikerInnen, AllergikerInnen, Menschen mit Lernschwierigkeiten	Draisinenfahrten im Mittelburgenland auf einer Länge von 23 Kilometern	Familie (Max. 5 Pers:): EUR 66-76,- RollstuhlfahrerInnen: EUR 52-60,-	147	108	278	233	http://www.draisinentour.at/

Anbieter	Adresse	Kurzbeschreibung	geeignet für	Angebote	Preissegment	Entfernung nach Graz [Straßen km]	Entfernung nach Wien [Straßen km]	Entfernung nach Linz [Straßen km]	Entfernung zum NP Gesäuse [Straßen km]	Homepage
Weg der Sinne	9972 Virgen	Freizeit, Natur	Blinde Menschen, Familien mit Kindern, SeniorInnen	2,5 km langer Weg mit Stationen	kostenlos	319	466	302	228	http://www.osttirol.com/de/bergerlebnis_vt/-1057259.html
Fränkisches Seenland barrierefrei	D-91710 Gunzenhausen	Urlaub, Freizeit, Erholung	RollstuhlfahrerInnen	Badeseen, Führungen an den Seen, Museen, Schifffahrt	keine Infos auf Homepage	533	535	372	430	http://www.seenland-barrierefrei.de
Nationalpark Hainich, Erlebnispfad Brünstig	D-99947 Bad Langensalza	Freizeit, Natur	RollstuhlfahrerInnen, Sehbehinderte Menschen, Blinde Menschen, Familien mit Kindern, SeniorInnen	Ausstellung im Nationalparkzentrum Thiemsburg, barrierefreier Erlebnispfad Brunstal	Erwachsene: EUR 2,-	748	751	587	645	http://www.nationalpark-hainich.de/erleben/ausflugsziele/erlebnispfad-brunstal.html
Nationalpark Berchtesgaden	D-83471 Berchtesgaden	Freizeit, Natur	RollstuhlfahrerInnen, Menschen mit Mobilitätseinschränkung, Sehbehinderte Menschen, Blinde Menschen, Hörbehinderte Menschen, Gehörlose Menschen, Familien mit Kleinkindern, SeniorInnen, Menschen mit Lernschwierigkeiten	barrierefreie Führungen, Wanderwege	keine Infos auf Homepage	253	325	161	154	http://www.nationalpark-berchtesgaden.bayern.de/besucherservice/barrierefrei/
Naturpark Südschwarzwald barrierefrei	D-79868 Feldberg	Freizeit, Natur	RollstuhlfahrerInnen, Menschen mit Mobilitätseinschränkung, Sehbehinderte Menschen, Blinde Menschen, Hörbehinderte Menschen, Gehörlose Menschen, Familien mit Kleinkindern, SeniorInnen	Barrierefreie Museen und Erlebnispfade	keine Infos auf Homepage	804	822	661	701	http://www.naturpark-suedschwarzwald.de/erlebnis/barrierefrei/barrierefrei.php
Dolfi-Land	I-39046 St.Ulrich/Kastelruth	Freizeit, Natur	Menschen mit Mobilitätseinschränkung, Familien mit Kleinkindern, SeniorInnen	Holzschnitzereien, Museum, Kinderbereich, Shop	kostenlos	420	583	419	464	http://www.dolfi.com/de/information/index.asp

Anbieter	Adresse	Kurzbe-schreibung	geeignet für	Angebote	Preissegment	Entfer-nung nach Graz [Straßen km]	Entfer-nung nach Wien [Straßen km]	Entfer-nung nach Linz [Straßen km]	Entfer-nung zum NP Gesäuse [Straßen km]	Homepage
Geoparc Bletterbach	I-39040 Aldein (BZ)	Freizeit, Natur	RollstuhlfahrerInnen, Menschen mit Mobilitätseinschränkung, Familien mit Kleinkindern, SeniorInnen	Waldlehrpfad	Führung + Eintritt BesucherInnen-zentrum: Erwachsene: EUR 11,- MmB, SeniorInnen: EUR 8,50,- Kinder unter 6 Jahre frei	464	627	463	419	http://www.bletterbach.info/ger/geoparc_derwaldlehrpfad.asp
Gärten von Schloss Trauttmans-dorff	I-39012 Meran	Freizeit, Natur	RollstuhlfahrerInnen, Menschen mit Mobilitätseinschränkung, Sehbehinderte Menschen, Blinde Menschen, Hörbehinder-te Menschen, Gehörlose Men-schen, Familien mit Kleinkin-dern, SeniorInnen	Barrierefreier Bota-nischer Garten; Ausstellung im "Tou-riseum"	Erwachsene: EUR 9,80,- MmB: EUR 7,50,- (Freier Eintritt für die Begleitperson) Familien: EUR 20,- (2 Erw. und Kinder unter 20 J.) SeniorInnen (ab 65 J.): EUR 8,50,-	462	624	461	503	http://www.suedtirolfueralle.it/de/botanischer-garten-meran/page.html

Als Quellen für die Branchenanalyse dienten die StakeholderInnen der Befragungen und die Homepages der Infoplattform Barrierefreier Tourismus in Österreich auf www.ibft.at, der Nationalen Koordinationsstelle Tourismus für Alle e.V. – NatKo unter www.natko.de, Südtirol für alle auf www.suedtirolfueralle.it und für die Entfernungen Google maps auf http://maps.google.at/maps?hl=de&tab=wl.

Konkurrenzanalyse

Mit Hilfe einer Konkurrenzanalyse werden auf systematischem Weg Informationen über am gleichen Markt operierende Unternehmen gesammelt, sie liefert aber auch indirekte Hinweise über das am Markt vorhandene Kundenpotential.

Eine der von Freyer (2009) [119] erwähnten Schwierigkeiten, nämlich das Auffinden passender Vergleichsobjekte, hat sich auch bei dieser Konkurrenzanalyse für den Nationalpark Gesäuse deutlich gezeigt. Zunächst wurde in der Steiermark, dann Österreich und weiterführend im deutschsprachigen Ausland gesucht, wobei die Sucheinträge für die Schweiz aufgrund anderer Hauptzielgruppen in Tabelle 4 nicht aufgeführt sind.

Wird aufgrund der Angebote der FreizeitanbieterInnen in Art und Umfang mit dem Nationalpark Gesäuse verglichen und das Schlagwort „Natur“ ausgewählt, bleiben als WettbewerberInnen die Freizeit-PSO Schladming, die Mariazeller Bürgeralpe, der „Weg der Sinne“ in Osttirol, die National- und Naturparks in Deutschland und „die Gärten von Schloss Trauttmansdorff“ in Meran/Italien übrig. Aufgrund der räumlichen Distanz fallen mit Ausnahme von Freizeit-PSO Schladming und der Mariazeller Bürgeralpe und im weiteren Sinn der Nationalpark Berchtesgaden alle anderen KonkurrentInnen „im Umkreis“ weg.

Fazit:

Nur nach der Vergleichbarkeit des Angebots KonkurrentInnen zu selektieren, ist schwierig. Für die Analyse muss ein weiteres Kriterium, wie die Distanz untereinander, herangezogen werden.

Sieht man sich die Entfernungen der einzelnen aufgelisteten FreizeitanbieterInnen zu den Quellmärkten Graz, Linz und Wien an, und wählt die jeweils 3 am nächsten Gelegenen aus, ergibt sich die in Tabelle 5 dargestellte Priorisierung.

Von Graz aus sind die Entfernungen in Straßenkilometern sehr ähnlich. Das könnte sich auch günstig auf den Nationalpark Gesäuse auswirken, wenn im Rahmen eines Mehrtagesausfluges die Destinationen kombiniert werden und die spezifische Attraktivität des einzelnen Ausflugszieles steigt. An diesem Punkt sei auf die angedachte Schaffung von Pauschalangeboten verwiesen.

[119] Vgl. Freyer (2009), S.215

Für den Quellmarkt Wien sind aufgrund der Nähe die Schifffahrt auf der Donau, die Draisinentour im Mittelburgenland und der Wald der Sinne im Mürztal interessant. Nach dem Kunsthaus Graz, das allerdings kein Naturerlebnis bietet, ist wegen der Entfernung der Nationalpark Gesäuse nächstgereiht.

Drei steirische FreizeitanbieterInnen, an erster Stelle der Nationalpark Gesäuse, und die Schifffahrt auf der Donau durch die Brandtner GmbH werden von Linz aus erstgereiht, betrachtet man allein die Entfernung zwischen Quellmarkt und FreizeitanbieterIn.

Tabelle 5: Quellmärkte und bevorzugte FreizeitanbieterInnen nach Entfernung

Quellmarkt	AnbieterIn 1. Priorität	AnbieterIn 2. Priorität	AnbieterIn 3. Priorität
Graz	Wald der Sinne	NP Gesäuse	Mariazeller Bürgeralpe
Wien	Brandtner Schifffahrt	Sonnenland Draisinentour	Wald der Sinne
Linz	NP Gesäuse	Mariazeller Bürgeralpe	Freizeit-PSO Schladming Brandtner Schifffahrt

Fazit:

Wird das Ausflugsziel nur anhand der Entfernung ausgesucht, sind mögliche KonkurrentInnen für den Nationalpark Gesäuse, der „Wald der Sinne“ in Neuberg an der Mürz, die Mariazeller Bürgeralpe und die Brandtner Schifffahrt von Melk nach Krems.

Im nächsten Kapitel werden nun die KundInnen näher beleuchtet.

5.3.3 KundInnenanalyse

5.3.3.1 Bedürfnisse der Zielgruppe(n), Kaufmotive

„Wikipedia – die freie Enzyklopädie“ definiert den Begriff „Kaufmotiv“ als „*Beweggrund (Motiv), der einen Verbraucher (Konsumenten) dazu veranlasst, einen Kauf zu tätigen bzw. eine bestimmte Kaufentscheidung zu treffen.*“[120] Aufbauend auf die Maslow’sche Bedürfnispyramide[121], geht es zunächst um die Deckung der körperlichen Grundbedürfnisse wie Hunger und Durst sowie der Wunsch nach Wärme und Schutz. Ausschlagge-

[120] http://de.wikipedia.org/wiki/Kaufmotiv
[121] Vgl. Zimbardo (1995), S.415

bend für den Kauf ist aber oft nicht allein die Befriedigung von Grundbedürfnissen, sondern deren Überlagerung durch emotional bedingte Bedürfnisse.

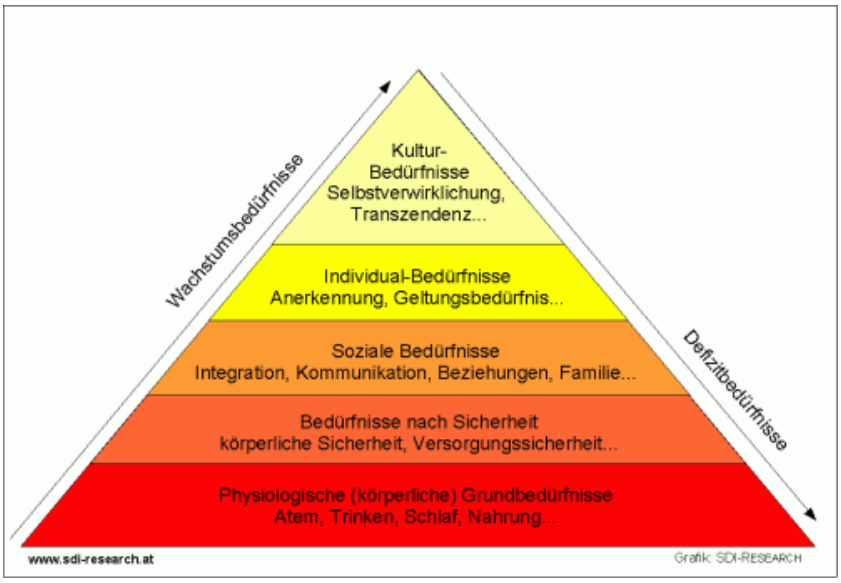


Abbildung 27: Maslow'sche Bedürfnishierarchie oder -pyramide[122]

So geht es z.B. beim Kauf eines Autos nicht nur um die Fortbewegung von A nach B, sondern um den gesellschaftlichen Status, Ansehen und Prestige, die bei Maslow in den Stufen 4 „soziale Anerkennung" sowie 5 „Selbstverwirklichung" angesiedelt sind. [123]

Das Produkt muss genau dem tatsächlichen Kaufmotiv entsprechen. Gibt man einem Kunden das zu verstehen, kann man ihm damit die Kaufentscheidung erleichtern. Werbung basiert auf der Weckung, Verstärkung, Änderung oder Festigung der Kaufmotive der VerbraucherInnen.[124]

„Menschen mit Behinderungen wünschen sich ein aktives und selbstbestimmtes Leben" heißt es auf der Homepage der Caritas.[125] Zum aktiven Leben gehört auch die Freizeitgestaltung, aber gerade in dem Bereich und bei den Naturerlebnissen sind die Angebote derzeit noch rar.

Ein Gefühl von Sicherheit zu vermitteln ist gerade bei der Zielgruppe „Menschen mit Behinderungen" sehr wichtig. Dem kann, wie die befragten Personen den VerfasserInnen dieser Arbeit mitteilten, durch speziell und gut geschultes Personal, das feinfühlig mit den BesucherInnen umgeht, Rechnung getragen werden. Integrative Führungen, wo alle, ob mit oder ohne Behinderung, das Angebot gleich erleben können, und die passende Infrastruktur gehören ebenfalls zu den wichtigsten Punkten, die von den Interviewten aufge-

[122] Quelle: http://www.sdi-research.at/lexikon/beduerfnishierarchie.html
[123] Vgl. http://www.handelswissen.de/data/handelslexikon/buchstabe_k/Kaufmotiv.php
[124] Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Kaufmotiv
[125] http://www.caritas.at/hilfe-einrichtungen/menschen-mit-behinderung/

zählt werden. Deshalb müssen Beschriftungen verändert, taktile Leitsysteme ergänzt und ein gesicherter Straßenübergang z.B. mit akustischer Ampelanlage an der Bundesstraße geschaffen werden.

Aber auch der Erlebnisfaktor darf nicht zu kurz kommen. So wurde in einem Interview erwähnt, dass auch Menschen mit Behinderungen etwas erleben wollen und dafür das Angebot des Nationalparks Gesäuse „zu fad" sei. In einem Nationalpark sollte es trotzdem primär um das Entdecken und Erleben der Naturschönheiten gehen. Dem Wunsch nach Natur in Kombination mit Erlebnis kommen derzeit schon die Stationen in und um den Weidendom und Lettmair Au entgegen. In den Interviews wurde aber vorgeschlagen, eine „Sinnesinsel", das könnte eine Erlebnisstation sein, die alle 5 Sinne anspricht, mit Themen, die zur Umgebung passen, auf ca. halber Strecke des Rauchbodenweges zu errichten.

Fazit:

Derzeit gibt es in Österreich sehr wenige Angebote von Naturerlebnissen, die auch Menschen mit Behinderungen nutzen können, wie auch aus Tabelle 4 hervorgeht. Ein Gefühl von Sicherheit kann durch sensibilisiertes Personal, integrativen Führungen und barrierefreier Infrastruktur vermittelt werden.

5.3.3.2 Ablauf der Kaufprozesse

Wie Freyer (2009) anführt, ist „Kauf" im Bereich Tourismus meist gleichgesetzt mit Buchungs- oder Reservierungsabschlüssen. Aus Kundensicht besteht der Kaufprozess aus 6 Phasen[126]:

- Bedarfs-, Mangelerkennung (Motiv)
- Suchen nach Angeboten und Alternativen
- Suchen externer und interner Informationen
- Bewertung von Angeboten und Alternativen
- Erwerbsentscheidung
- Nachkaufphase: Bewertung, Feedback

Ein nicht oder nur mangelhaft gedecktes Bedürfnis erzeugt eine entweder externe oder interne Stimulation, die wiederum Voraussetzung für die Entscheidung ist und mit der eine gewünschte Situation oder Empfindung erreicht wird.

Die Aussagen in den Interviews haben gezeigt, dass der Bedarf an Freizeitstätten und Freizeitmöglichkeiten gegeben ist, mehr noch, dass ein Mangel an Freizeitmöglichkeiten

[126] Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Kaufverhalten

und vor allem Möglichkeiten zu Naturerlebnissen für Menschen mit Behinderungen zumindest im deutschsprachigen Raum herrscht. Folglich muss der Nationalpark Gesäuse dieses Bedürfnis nicht erst wecken, sein Angebot, das zur Zeit der Verfassung dieser Arbeit noch nicht durchgängig barrierefrei ist (Anm. der VerfasserInnen) muss nur noch gefunden und unter Alternativen (siehe dazu auch Kapitel 5.3.2 Branchen- und Konkurrenzanalyse) für besuchenswert empfunden werden.

Dazu ist eine umfangreiche Vorabinformation der InteressentInnen auf der Homepage des Nationalparks Gesäuse von Nöten, wie es auch im Kapitel 5.2.2 Vorbereitungsphase beschrieben wird.

Fazit:

Durch die passende Werbung muss der Nationalpark Gesäuse die Aufmerksamkeit der Zielgruppe auf sein Angebot lenken, der Bedarf, an barrierefreien Möglichkeiten Naturschönheiten zu erleben, ist schon gegeben. Darüber hinaus müssen barrierefreie Angebote geschaffen werden.

5.3.3.3 Einflussmöglichkeiten seitens der KundInnen

Wir leben heute in einer Zeit der Informationsflut und der Reizüberflutung, in der es deshalb enorm wichtig ist, gezielt, bewusst und mit Know-how Produkte zu bewerben. Als sehr günstiges aber effektives Medium eignet sich hierfür die Mund-zu-Mund-Propaganda, die in einem Viertel der Interviews als gutes Werbemittel für den Nationalpark Gesäuse genannt wurde. Sehr oft erwähnten die GesprächspartnerInnen außerdem das große und gut funktionierende Netzwerk, das Menschen mit Behinderungen verbindet. Wenn der Nationalpark Gesäuse hier ins Gespräch kommt, wird damit schnell eine große Zielgruppe erreicht. Allerdings betrifft das nicht nur die positiven Eindrücke vom Nationalpark Gesäuse mit seinen Angeboten, sondern auch die negativen Erlebnisse oder Aspekte. Die gute Vernetzung macht die Zielgruppe stark, die damit auch großen Einfluss auf die Art der verbreiteten Informationen nehmen kann.

Dass diese „Macht“ der Zielgruppe auch sehr bewusst für Marketing genutzt werden kann, wird in Kapitel 5.7 Analyse der Rahmenbedingungen für die Kommunikationspolitik erläutert.

Fazit:

Menschen mit Behinderungen sind sehr gut vernetzt. Dadurch kann auf einen Schlag eine große Personenanzahl erreicht werden, die deshalb auch großen Einfluss hat, welche Information wie weitergegeben wird.

5.4 Analyse der Fundraisingmöglichkeiten

5.4.1 Begriff Fundraising

Nach einer Begriffsdefinition in der freien Internet-Enzyklopädie Wikipedia geht es beim Begriff *Fundraising „nicht nur um die Beschaffung von (Spenden-)Geldern,* sondern um die Beschaffung aller *von einer Organisation für die Erfüllung ihres gemeinnützigen Satzungszweckes benötigten Ressourcen. Neben Geldleistungen können dies auch Sachleistungen (z.B. eine Sachspende in Form eines Fahrzeugs) oder Dienstleistungen (z.B. eine Zeitspende in Form ehrenamtlichen Engagements) sein. Das Lehrmaterial der Fundraising-Akademie in Frankfurt am Main ordnet dem Fundraising alle Aktivitäten der Mittelbeschaffung für Non-Profit-Organisationen zu, also auch die Akquisitation staatlicher Zuwendungen und von Leistungen mit marktadäquaten Gegenleistungen wie Sponsoring, Merchandising und Einnahmen aus Vermögensverwaltung".*[127]

5.4.2 Fundraising und Förderungen

Der laufende Betrieb der Nationalpark Gesäuse GmbH wird derzeit bis zu einem gewissen Betrag je zur Hälfte von Bund und Land Steiermark getragen. Darüber hinaus erwirtschaftet die Nationalpark Gesäuse GmbH Einnahmen aus der Forst- sowie Jagdwirtschaft.[128] *Von 2003 bis 2007 erhielt die* Nationalpark GmbH *von Bund und Land Steiermark Gesellschafterzuschüsse für die Errichtung, für verschiedene Einzelvorhaben und für den operativen Betrieb. Daneben wurden vom Land Steiermark noch LEADER-Förderungen gewährt.*[129]

Für Maßnahmen zur Verwirklichung des Projektbündels „Drei Farben Natur" , das die Realisierung eines Themenweges (Sagenweg Johnsbach), die Umfeldgestaltung beim Weidendom (Ökologischer Fußabdruck) und die Adaptierung des Rauchbodenweges im Hinblick auf Barrierefreiheit enthält, wurde der Nationalpark Gesäuse GmbH eine Förderzusage durch das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft gemacht.

5.4.3 Potentielle Fundraisingquellen

Die Mittelbeschaffung kann nicht nur durch oder bei öffentlichen bzw. staatlichen Stellen, sondern auch über Stiftungen, Unternehmen und Privatpersonen erfolgen. Im Rahmen der externen Analyse wurden daher alle durch qualitative Interviews befragten StakeholderInnen um Auskunft oder Information über Fördermöglichkeiten für die Errichtung oder den laufenden Betrieb von barrierefreien Tourismus- und Freizeitangeboten ersucht. Die Auswertung der Interviews hat ergeben, dass eine große Anzahl der StakeholderInnen auf die Förderungen für investive Maßnahmen durch das Bundessozialamt verwiesen haben. Mehrfach wurden Fördermöglichkeiten durch das Land Steiermark sowie durch

[127] Vgl: http://de.wikipedia.org/wiki/Fundraising, S.1
[128] Vgl. LRH 20 N 1/2007-9, S. 12ff
[129] Vgl: LRH 20 N 1/2007-9, S. 39

EU-Institutionen empfohlen. Von StakeholderInnen wurde zudem angeregt, dass sich die Nationalpark Gesäuse GmbH auch um Privatsponsoren zur Verwirklichung des barrierefreien BesucherInnenangebotes bemühen soll. Weiters wurden Fördermöglichkeiten durch das Bundesministerium für Wirtschaft, Forschung und Jugend, die Wirtschaftskammer Österreich sowie in mehrfacher Weise EU-Förderungen (siehe unten) angesprochen.

Hinsichtlich europaweiter Förderungen wird in der so genannten „Neumann-Studie" über barrierefreien Tourismus für Alle Folgendes festgehalten: „*Für den ländlichen Raum gibt es die Möglichkeit, Mittel aus dem Programm LEADER bzw. aus dem Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raumes (ELER) zu beantragen, die vielerorts bereits zur Herstellung von Barrierefreiheit eingesetzt wurden. Im Rahmen der EU-Strukturfonds (Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung und Europäischer Sozialfonds) gibt es eine Bestimmung (EG-Verordnung Nr. 1083/2006), die der Herstellung von Barrierefreiheit und dem Zugang für Menschen mit Behinderung dient. Diese Verordnung steht in engem Zusammenhang mit den neuen EU-Vergaberichtlinien 2004/17/EG und 2004/18/EG, die die Möglichkeit bieten, Kriterien, die der Herstellung eines Designs für Alle dienen, in das Vergaberecht zu integrieren. Das bedeutet konkret, dass in den Leistungsbeschreibungen von öffentlichen Ausschreibungen und bei der Vergabe von Aufträgen sowie bei der Vergabe von Konzessionen Fragen der Zugänglichkeit für Menschen mit Behinderungen bzw. das Prinzip des Design für Alle berücksichtigt werden sollen, wo immer dies möglich ist. Damit wird auch den Erfordernissen eines barrierefreien Tourismus Rechnung getragen".*[130]

5.5 Analyse der Rahmenbedingungen für Preisgestaltung

Unter Preisgestaltung wird im Lichte des Themas der Diplomarbeit nicht nur die Preisbildung – also das freie Zustandekommen von Preisen auf Märkten (Marktpreise), das sich zwischen mit Kaufkraft ausgestatteter Nachfrage und Einnahmen begehrendem Angebot vollzieht[131] – betrachtet, sondern es sollen besonders die Möglichkeiten der Preisdifferenzierung aus sozialen Gründen erwogen werden.

Menschen mit Behinderung sind finanziell zumeist doppelt belastet; einerseits ist die Einkommenssituation bei behinderten Menschen durch erschwerte Ausbildungsmöglichkeiten und schlechtere Arbeitsmarktchancen vielfach ungünstiger als bei Menschen ohne Behinderung, andererseits kann davon ausgegangen werden, dass die wenigen barrierefreien Unterkünfte meist zu den höheren Preiskategorien zählen und diverse höhere Aufwendungen während der Reisevorbereitung und -durchführung anfallen.[132] Preisdifferenzierungen können daher als adäquates Mittel zur Herstellung eines sozial gerechten Angebotes gesehen werden.

Der Faktor „Preis" spielt im Rahmen eines Tourismusangebotes aber nicht nur aus sozialen Gründen eine Rolle, sondern – wie aus einer für die 11 Länder der ARGE ALP (Arbeitsgemeinschaft Alpenländer) entwickelten empirischen Studie hervorgeht – ist in Bezug

[130] Vgl. Neumann et al. (2008), S. 22-23
[131] Vgl. Bertelsmann Universallexikon (1993), S.169
[132] Vgl. Kästner, (2007), S.43

auf die Preis-Leistungszufriedenheit mit touristischen Angeboten, der Preis der größte Einzelfaktor, der auf die Gesamtzufriedenheit einwirkt.[133]

Bei den zu erarbeitenden barrierefreien Tourismusangeboten sollen allfällige Preisdifferenzierungen primär bei Eintrittspreisen sowie bei Verleih- und Benützungsgebühren in Erwägung gezogen werden.

5.5.1 Befragungsergebnisse hinsichtlich Preisdifferenzierung

Die externe Analyse in Form der bei StakeholderInnen durchgeführten qualitativen Interviews hat Aussagen erbracht, die zum Teil Argumente für und zum Teil Argumente gegen Preisdifferenzierungen darstellen.

Ein großer Teil der StakeholderInnen hat die Meinung vertreten, dass die finanzielle Situation bei Menschen mit Behinderung eine große Rolle spielt, weil Menschen mit Behinderung am stärksten armutsgefährdet sind. Der überwiegende Anteil der Befragten hat Eintrittspreisermäßigungen befürwortet. Die Mehrheit dieser BefürworterInnen hat die Lösung, wonach Menschen mit Behinderungen eine Eintrittspreisermäßigung erhalten sollen und deren AssistentInnen freier Eintritt gewährt werden soll, bevorzugt. Ein geringerer Teil der Befragten hat dafür votiert, dass Menschen mit Behinderung keine Eintrittspreisermäßigungen erhalten sollen, dafür aber deren AssistentInnen.

Mehrere StakeholderInnen haben vorgeschlagen, für technische Hilfsmittel für Menschen mit Behinderung keine Verleihgebühr einzuheben.

Weiters wurden Eintrittspreisermäßigungen für Menschen mit Parkausweis gemäß § 29b StVO, für größere Gruppen und für spezielle Zielgruppen, z.B. Single mit Kind(ern), vorgeschlagen. Es wurde auch darauf hingewiesen, dass barrierefreie Angebote im Hotelbereich oft sehr hochpreisig sind und dies von Menschen mit Behinderung als sehr störend empfunden wird. Außerdem sollte bei der Preisgestaltung auf den Bildungsauftrag der Nationalpark Gesäuse GmbH Bedacht genommen werden.

Eine ebenfalls große Anzahl an StakeholderInnen hat das Argument vertreten, dass die finanzielle Situation bei Menschen mit Behinderung hinsichtlich der Kosten bzw. der Nutzung der barrierefreien Freizeitangebote keine große Rolle bzw. keine andere Rolle als bei Menschen ohne Behinderung spielt. Einige dieser StakeholderInnen haben daher vorgeschlagen, keinerlei Eintrittspreisermäßigungen zu gewähren. Gegen Preisermäßigungen wurden auch Argumente vorgebracht, wonach barrierefreie Sportangebote oder ein erhöhter Personalaufwand im Falle einer großen Nachfrage beim geplanten SWISS•TRAC -Verleih einen hohen Aufwand für die Nationalpark Gesäuse GmbH bedingen, und daher diesbezügliche Ermäßigungen nicht vertretbar sind. Schließlich wurde darauf hingewiesen, dass die Angebote im Bereich „Barrierefreiheit“ generell gering sind, und deshalb höherpreisliche Angebote in diesem Segment gerechtfertigt sind.

[133] Vgl. Pechlaner H./Fischer E.

5.6 Analyse der Rahmenbedingungen für die Distributionspolitik

Die Distributions- und die im nächsten Kapitel beschriebene Kommunikationspolitik sind zwei weitere Teile des sogenannten Marketing-„Mix“ (siehe dazu auch Abbildung 28: Marketing-Mix). Dieser Begriff wurde schon in den 40er Jahren des letzten Jahrhunderts von den 2 Amerikanern Neil H. Borden und James W. Culliton erstmalig verwendet und steht für die harmonische Kombination der verschiedenen, vielzahligen Marketinginstrumente.[134]

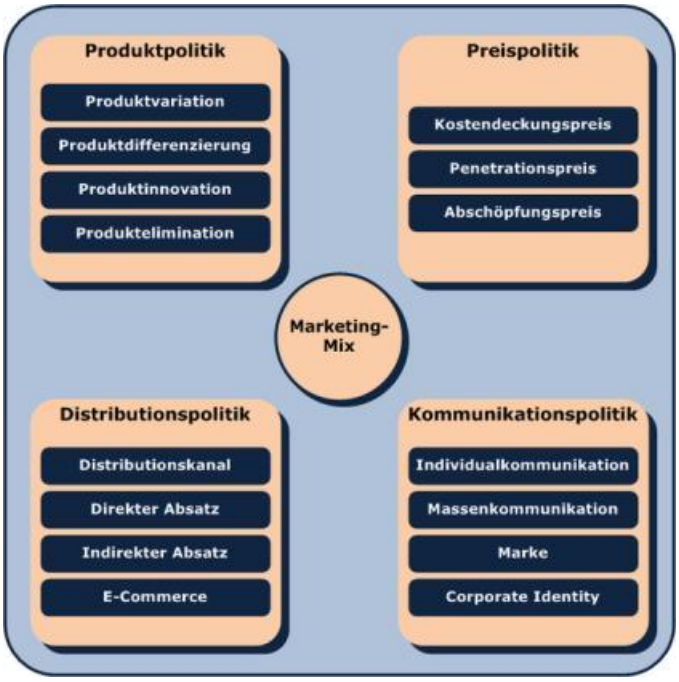


Abbildung 28: Marketing-Mix[135]

Wie Freyer (2009) weiters anführt, stehen im Tourismus Kommunikations- und Distributionspolitik in engem Zusammenhang, welcher die sogenannte „Kontaktwegepolitik“ darstellt.

Aus den Aussagen in den StakeholderInnenbefragungen kann für den Nationalpark Gesäuse Folgendes abgeleitet werden: als (externe) Vertriebswege das Internet auf Plattformen wie z.B. der des Steiermark Tourismus unter www.steiermark.com/fuer-alle, die Österreich Werbung unter http://www.austriatourism.com/xxl/_site/int-de/home.html, „zwei und mehr – das Familienportal des Landes Steiermark“ unter http://www.zweiundmehr.steiermark.at/, die Zusammenarbeit mit den Reiseveranstaltern und den sogenannten Paketreiseveranstaltern (Informationen dazu auf

[134] Vgl. Freyer (2009), S.415ff
[135] Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/Marketing-Mix

http://www.vpr.de/), sowie mit PensionistInnenverbänden oder mit dem regionalen Tourismus an.

Vereinzelte Nennungen erfolgten auch für Unternehmen wie den Vorteilsclub der Kleinen Zeitung, ITS-Billa oder Hoferreisen, die auch günstige Pauschalreisen anbieten. Ein Stakeholder gab allerdings an, dass es keine Buchungszentralen wie TUI oder Thomas Cook sein sollten, die das Angebot das Nationalparks Gesäuse verkaufen. Wenn eine Buchungszentrale einbezogen werde, solle es eine einschlägige Internetplattform oder das Reisebüro des Nationalparks Gesäuse sein. Ein anderer Vorschlag erfolgte für eine Steiermark-Card, die ähnlich der NÖ-Card sein und an der sich der Nationalpark beteiligen sollte. Weiters wurde den VerfasserInnen mitgeteilt, dass es in Deutschland bereits spezialisierte Reisebüros gibt, die den öffentlichen Verkehr proaktiv in ihr Angebot integrieren.

Der direkte Absatzweg läuft über das nationalparkeigene Reisebüro.

Fazit:

Die StakeholderInnen favorisierten aufgrund der mehrfachen Nennung das Internet, die ReiseveranstalterInnen und den regionalen Tourismus als DistributionspartnerInnen.

Rahmenbedingungen für die Kommunikationspolitik des Marketings werden im nächsten Kapitel beleuchtet.

5.7 Analyse der Rahmenbedingungen für die Kommunikationspolitik

Die Aussagen in den StakeholderInneninterviews spiegelten den allgemeinen Trend zur Nutzung des Internets für die Informationsbeschaffung und -verbreitung wider. Die überwiegende Mehrheit der Befragten gab an, dass Werbemaßnahmen über das Internet erfolgen sollten. Dazu solle aber der Internetauftritt des Nationalparks Gesäuse barrierefrei hergestellt werden, meinte ein kleinerer Teil der Befragten. Behindertenorganisationen sahen mehr als die Hälfte der StakeholderInnen als geeignete „Kommunikationsmedien" für die Angebote des Nationalparks Gesäuse. Einige Wenige nannten diesbezüglich Behindertenzeitschriften wie z.B. „der Durchblick", auf Barrierefreiheit spezialisierte TourismusanbieterInnen, und Naturvereinigungen wie z.B. Alpenverein sowie Zeitungsbeilagen in Tageszeitungen. Strategische Partnerschaften sollten mit allen Behindertenorganisationen eingegangen werden, allerdings sollte auch auf Familien inkl. behinderte und ältere Familienmitglieder sowie Kinder zugegangen werden.

Durch die Zusammenarbeit mit der Gastronomie und der Hotellerie könnten ebenfalls viele potentielle KundInnen gewonnen werden, gaben die befragten StakeholderInnen zu verstehen. Gut in Kontakt mit der Zielgruppe komme man auch durch das Ausstellen auf Fachmessen wie der „Integra" in Wels (Informationen dazu auf www.integra.at).

Fast die Hälfte der Befragten sprach sich für das Auflegen von „klassischen" Prospekten und Foldern aus, wobei hier wieder zu überlegen sei, ob ein Prospekt für alle oder gesondert nach Angeboten für Menschen mit und Menschen ohne Behinderung ausgearbeitet

werden solle. In Rehakliniken und -zentren solle das Angebot ebenfalls vorgestellt werden, das gebe vor allem „frisch“ Betroffenen wieder Ausblick und Perspektive.

Folgende Einzelvorschläge wurden zu den Stichworten „Werbung und Marketing“ gemacht:

- Mittelfristig auch die ost- bzw. südosteuropäischen Nachbarländer ansprechen
- CDs oder DVDs als Werbemittel für den Nationalpark verschenken
- Hinweis bei der Bewerbung, dass auch integrative Führungen angeboten werden (damit sich auch Menschen ohne Behinderung darauf einstellen können)
- Audioinformationen im Internet
- Im Standardfolder des Nationalparks sollte auch ein Mensch mit Behinderung abgebildet sein
- Es sollte ein Newsletter herausgegeben werden
- Freizeitfolder des Verkehrsverbundes könnte für NP ein interessantes Werbemedium sein
- Radio Steiermark, Antenne Steiermark
- Durchführung von Fernsehkampagnen
- Werbung auf www.orf.at
- Werbeplakate
- Verein der Eisenbahnfreunde
- Mobilitätszentrale „mobil zentral“ (gibt Auskünfte in Zusammenhang mit barrierefreien BesucherInnenangebote)
- Werbekooperationen mit „Obersteirertakt“
- Kooperation mit Firmen, die Rollstühle herstellen
- Werbepartnerschaften mit den Mitgliedsverbänden der ÖAR – Österreichischen Arbeitsgemeinschaft für Rehabilitation

Mundpropaganda und Marketingmöglichkeiten

Der Mundpropaganda sollte große Beachtung geschenkt werden, so der Tenor in einem Viertel der Interviews. Für die Vermarktung heißt das auf virales Marketing oder Viral Marketing, Virus Marketing oder Empfehlungsmarketing, wie das virale Marketing auch genannt wird, mit Hilfe der Übertragungskanäle E-Mails, Webseiten, Blogs, Foren, Chat-Rooms oder SMS zu setzen. Diese kostengünstige Art des Marketings verbreitet sich ebenso schnell und flächendeckend wie ein Virus, woher der Term „viral“ sich ableitet. Aber auch virales Marketing, dessen Prinzip sehr einfach klingt, muss gut geplant sein. Schließlich sind die Gelegenheitsempfehlungen wichtig, die sich kurzfristig und aus einer Situation heraus ergeben. Inhalte der viralen Marketingkampagne sind das richtige Kampagnengut, die richtigen Rahmenbedingungen und Weiterempfehlungsanreize.

Das Kampagnengut muss neu, einzigartig oder attraktiv sein, einen Zusatznutzen bieten und zum darüber Reden anregen. Zumeist ist das Kampagnengut aber nicht die zu verkaufende Leistung, sondern ein „Köder“ dafür.

Die Rahmenbedingungen wie hohe Stückzahlen und ausreichend Presseinformationen stellen eine schnelle Verbreitung der Information sicher.

Als Weiterempfehlungsanreize, die Belohnung für die geleistete Empfehlung, können z.B. Gewinnspiele oder Rabattgutscheine dienen. Somit erhöht sich die Wahrscheinlichkeit für die Verbreitung der zu streuenden Information erheblich.[136]

Werbebotschaften

Als mögliche Werbebotschaft wurde „Nationalpark für alle“ oder „Naturerlebnis für alle“ am Häufigsten genannt. Beim Formulieren eines Slogans oder generell von Werbebotschaften sollte auf die „korrekte Wortwahl“ geachtet werden. Uneinig waren sich die Befragten, ob es nun besser sei das Wort „barrierefrei“ in den Slogan einzubauen, um direkt auf ein barrierefreies Angebot hinzuweisen, oder es besser wegzulassen, da der Begriff „barrierefrei“ an sich schon Barrieren schaffe und das Bild eines Gebrechens erzeuge. Die Werbung solle auch nicht vordergründig auf die Zielgruppe „Barrierefreiheit“ fokussiert werden, vielmehr solle die barrierefreie Ausgestaltung der Angebote ein Qualitätsmerkmal sein, so eine weitere Rückmeldung aus einem Interview. Als „barrierefrei“ dürfe ein Angebot aber nur beworben werden, wenn es wirklich barrierefrei ist. Die Kommunikation solle weiters geschlechterneutral gehalten sein. Es wurde auch mehrmals die Empfehlung abgegeben, die angebotenen Drucksorten oder Werbebotschaften von auf Barrierefreiheit und Schulungen spezialisierten Firmen Korrektur lesen zu lassen.

Fazit:

Das Internet, Behindertenorganisationen und Fachzeitschriften für Menschen mit Behinderung wurden am häufigsten von den Befragten als geeignete Kommunikationsmöglichkeiten angesehen. Auf Mundpropaganda sollte ebenso gesetzt werden, im Marketing wird die schnelle Art der Informationsverbreitung „virales Marketing“ genannt.

5.8 Evaluation und Qualitätsmanagement des geplanten barrierefreien BesucherInnenangebots

5.8.1 Evaluation

Der Begriff Evaluation wird in zahlreichen Nachschlagwerken unterschiedlich beschrieben. In Wikipedia, der freien Enzyklopädie im Internet, wird der Begriff sehr umfangreich erörtert und im Wesentlichen folgendermaßen definiert: „*Evaluation bedeutet die Be-*

[136] Vgl. http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/virales_marketing.htm, aufgerufen am 2.03.2010

schreibung, Analyse und Bewertung von Objekten, Funktionen und Systemen sowie Projekten, Prozessen und Organisationseinheiten. Ziel von Evaluationsverfahren ist die Informationsgewinnung über Nutzen und Entsprechung zu Erwartung (Validierung) beziehungsweise Entsprechung zur Vereinbarung bzgl. jeweiliger Funktionen (Verifizierung) sowie Effektivität (Ziel-Einsatz-Verhältnis bei gegebenem Einsatz bzw. Validierung) und Effizienz (Soll-Einsatz-Verhältnis bei gegebenem Soll bzw. Verifizierung) des auf sie entfallenden Einsatzes. Evaluationen dienen damit der Wirkungsüberprüfung und stellen ein wichtiges Instrument zu der Optimierung von Normen, Regeln und Prozessen dar."[137]

In Wikipedia werden auch diverse Methoden bzw. Techniken zur Evaluation genannt (Assessment, Beobachtungsmethoden, Experiment, Fallstudie, Faktoranalyse, Fragebogen, Interview, Qualitative Methoden, Quantitative Methoden, Statistische Methoden).

Für die Evaluation des geplanten barrierefreien BesucherInnenangebotes im Nationalpark Gesäuse scheinen die in der Folge genannten Evaluationsmethoden praktikabel:

Fragebogen:

- Eine einfache Liste der das Thema betreffenden Fragen
- Ein standardisierter Fragebogen, bei dem die Fragen einheitlich formuliert und angeordnet sind, in der Regel mit der Auswahl zwischen vorgegebenen Antworten
- Ein normierter Fragebogen, für den bereits umfangreiche empirische Ergebnisse, insbesondere aus bevölkerungsrepräsentativen Erhebungen vorliegen, so dass aktuelle Ergebnisse statistisch verglichen werden können
- Fragebögen, die darüber hinaus wie psychologische Tests nach bestimmten methodischen und statistischen Kriterien konstruiert werden (Skalen)[138]

Die Fragebögen könnten den BesucherInnen im Nationalpark (zur Beantwortung während des Besuches) oder beim Verlassen des Nationalparks übergeben werden (mit frankierten Kuverts für die Rücksendung) bzw. es könnten Fragebögen auf die Website des Nationalparks gestellt werden.

Interview:

- Qualitatives Interview:

  Eine Erhebungsmethode, wie sie im Zuge dieser Diplomarbeit durchgeführt wurde. Das qualitative Interview ist eine sehr offene Befragung, die nur die Gesprächsthemen festlegt und mehr oder weniger standardisiert, halbstandardisiert oder unstrukturiert vorgenommen werden kann. Die Interviews könnten im Anschluss an die Nutzung der BesucherInnenangebote erfolgen.
- Quantitatives Interview:

  Im Gegensatz zum qualitativen Interview werden bei dieser Methode die Fragen in Formulierung und Reihenfolge verbindlich festgelegt.

[137] Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Evaluation, aufgerufen am 20.02.2010
[138] Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Fragebogen, aufgerufen am 20.02.2010

Kurze Interviews könnten im Anschluss an die Nutzung der BesucherInnenangebote, längere Interviews auch später als Telefoninterviews durchgeführt werden.

In der externen Analyse im Zuge der durchgeführten qualitativen Interviews wurde mehrfach die Evaluation mittels Fragebögen vorgeschlagen. Daneben haben StakeholderInnen auf Evaluationsmöglichkeiten durch Pressemeldungen, mündliches Feedback, durch formalisierte Ausflugsberichte und insbesondere durch Berücksichtigung eingehender Beschwerden hingewiesen.

Die Nationalpark Gesäuse GmbH hat 2008 eine Evaluation des Gesamtunternehmens durchgeführt. Eine Evaluation der nunmehr geplanten barrierefreien BesucherInnenangebote sollte aber nicht erst im Rahmen einer allfälligen nächsten Gesamtevaluation vorgenommen werden, sondern es empfiehlt sich, im Hinblick auf die Neuartigkeit der barrierefreien BesucherInnenangebote bald nach Aufnahme des Betriebes zielgerichtet auf ausgewählte Angebote Evaluationen in einer der oben dargestellten Methoden durchzuführen.

5.8.2 Qualitätsmanagement

Der Begriff „Qualitätsmanagement“ umfasst 3 Aspekte:

1. *„Den Qualitätsanspruch, also das selbst festgelegte Leistungsniveau, um segmentspezifische Gäste- und Mitarbeiterwünsche zu befriedigen,*
2. *die Qualitätsentwicklung, also die aktive Pflege dieses Leistungsniveaus und dessen kontinuierliche Verbesserung und*
3. *die Qualitätssicherung, also die bewusste Überprüfung des Leistungsniveaus sowie die Reaktionen bei festgestellten Abweichungen.“*[139]

Zur Durchführung eines Qualitätsmanagements gibt es verschiedene Modelle, die bekannteste Grundlage dafür bilden die folgenden Qualitätsmanagementnormen ISO 9000 ff.:

- EN ISO 9000: Grundlagen und Terminologie für Qualitätsmanagementsysteme
- EN ISO 9001: Anforderungen an ein Qualitätsmanagementsystem, Zertifizierungsgrundlage
- EN ISO 9004: Leitfaden zur Betrachtung von Wirksamkeit und Effizienz von Qualitätsmanagementsystemen
- EN ISO 19011 Anleitung für das Auditieren von Qualitätsmanagementsystemen

M. Kohl führt in seinem Beitrag im Rahmen der ExpertInnentagung der Arbeitsgemeinschaft Alpenländer zum Thema Qualitätsmanagement im Tourismus am 25. und 26. März 2004 Qualitätsstörungen auf drei Ursachen zurück:

1. *„Fehler in der Angebotsgestaltung*

[139] Pechlaner H./Fischer E., S.16

2. *Fehler in der Organisation/Abläufe*
3. *Fehler im Umgang mit Mitarbeitern"*[140]

Zur Vermeidung derartiger Fehler und somit zur Sicherung der Qualität kommt M. Kohl daher zu dem Schluss, dass gute Qualität nur durch ein entsprechendes Qualitätsmanagementsystem gewährleistet werden kann.

Die Installierung eines Qualitätsmanagements im Nationalpark Gesäuse wurde auch mehrfach von StakeholderInnen im Zuge der durchgeführten qualitativen Interviews angeregt. Derzeit verfügt die Nationalpark Gesäuse GmbH über kein Qualitätsmanagement. Die nunmehr geplanten Maßnahmen zur Erreichung eines barrierefreien BesucherInnenangebotes werden das Tourismusangebot des Nationalparks Gesäuse erweitern, die Sicherung der Qualität des Angebotes in Form eines Qualitätsmanagements sollte daher von der Nationalpark Gesäuse GmbH in Erwägung gezogen werden.

5.9 Stimmungsbild extern – allgemeine Vorschläge und Visionen

Die Idee eines barrierefreien Nationalparks Gesäuse wurde allgemein positiv bewertet. Die Aussagen reichten von „das Angebot ist gut" bis hin zu „das Angebot ist einzigartig". Ein Teil der Befragten empfiehlt dem Nationalpark eine Vorreiterrolle einzunehmen, da dieses Angebot zukunftsweisend sei. Eine Positionierung wird eindeutig als Chance für die Region gesehen. Einer StakeholderInnenaussage nach darf man jedoch nicht annehmen, dass die Gäste *sofort* die Tore stürmen werden.

Wenn es gelingt, ein komplett barrierefreies Angebot zu erarbeiten, dann soll es gut vermarktet werden, da es derzeit diesbezüglich kaum gute Angebote gibt. Es wird auch erwähnt, dass Maßnahmen nicht halbherzig umgesetzt werden sollen, was letztendlich nur Geldverschwendung bedeuten würde. Mit „Barrierefreiheit" soll aber nur dann geworben werden, wenn das Angebot auch wirklich barrierefrei ist.

Die positiven Aspekte für Familien mit Kindern (und Kinderwägen) und SeniorInnen, d. h. für Personengruppen, die doch einen großen Teil der Bevölkerung darstellen, sollten hier auch nicht außer Acht gelassen werden.

Ein Ausbau des Grundkonzeptes in Richtung „aktiveres Angebot" wie z. B. Bergsteigen, Rafting etc. sollte laut einer Aussage mit betrachtet werden, um auch Attraktionen mit „Action" zu bieten.

<u>Hier noch die Erwähnung einzelner Aussagen:</u>

- Partnerschaften mit den unterschiedlichsten Institutionen wie etwa Rehabilitationskliniken, Physiotherapiezentren oder dem Steirischen Tourismus wurden vorgeschlagen

[140] Pechlaner H./Fischer E., S.5

- Das barrierefreie Umfeld muss ebenfalls passen, daher sollte die gesamte Region primär anstreben, ein barrierefreies Ausflugsziel zu werden
- Ein gutes barrierefreies Angebot ist auch wirtschaftlich von Vorteil, da Menschen mit Behinderung in der Regel die ganze Familie mitbringen

Die Vision für den Nationalpark soll sein, dieses Schutzgebiet *für alle mit allen Sinnen erlebbar* zu machen.

6 SWOT-Analyse und abgeleitete Grundstrategien

6.1 SWOT-Analyse

Zunächst führte das Projektteam eine Ideensammlung bzw. ein Brainstorming in Form eines Mind Mappings durch. Darauf aufbauend identifizierten und definierten die VerfasserInnen Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken für die Nationalpark Gesäuse GmbH. Dabei wurden die zur Verfügung stehenden Daten über den Nationalpark, insbesondere der vorhandene Evaluierungsbericht und der Rechnungshofbericht sowie ein durchgeführter Ortsaugenschein, der Analyse zu Grunde gelegt.

In der nachfolgend dargestellten SWOT-Matrix wurden die definierten Stärken, Schwächen sowie Chancen und Risiken in Relation zu einander gebracht. Die abgeleiteten Maßnahmen resultieren aus der Einschätzung des Projektteams sowie aus Erkenntnissen der StakeholderInnenbefragung.

		Umfeldfaktoren	
		Chancen - Landschaftliche Schönheit der Region - Neue Fördermöglichkeiten durch gemeinsame regionale Projekte - Erschließung zusätzlicher großer Zielgruppen (z.B. Familien, SeniorInnen) durch die Erhöhung der Angebotsvielfalt in der Region - Vorreiterrolle, Zugpferd und Wissensvorsprung der Region im Hinblick „Barrierefreiheit“ - Anspom zum Ausbau der barrierefreien Infrastruktur im Umfeld des Nationalparks - Akzeptanzsteigerung bei der ansässigen Bevölkerung zum Nationalpark - Bestehendes Bekenntnis des regionalen Tourismusverbandes für Barrierefreiheit - Steigerung des BesucherInnenaufkommens in der Nationalparkregion - Neue Arbeitsplätze in der Nationalparkregion - Barrierefreie Angebote können ein „neues Standbein“ für die ansässigen Betriebe werden - Gute Entwicklungsmöglichkeiten durch positive Konkurrenz bzw. gegenseitige Ergänzung der Betriebe im Umfeld des Nationalparks - Positiver Markttrend für barrierefreie Angebote	**Risiken** - Wenig vorhandene barrierefreie Freizeitangebote im Umfeld des Nationalparks - Wenig barrierefreie Quartiere im Umfeld des Nationalparks - Regionale Akzeptanz zum Thema „Barrierefreier Tourismus“ ist nicht zu 100 % gegeben - Wettersituation (Gewitter, etc.) ist oft ungünstig für Outdooraktivitäten - Barrierefreie Angebote erhöhen oftmals das Haftungsrisiko - Vergleichbare barrierefreie Angebote von Mitbewerbern (andere Nationalparks, Naturparke) könnten eine starke Konkurrenz für den Nationalpark Gesäuse werden - Nichtausreichender öffentlicher Verkehr in der Region - Nichtvorhersehbare Entwicklung des öffentlichen Verkehrs in der Region (eventuell weitere Einstellung) - Schlechte Erreichbarkeit des Nationalparks
Interne Faktoren	**Stärken** - Ruf des Nationalparks - Nationalparkeigenes Reisebüro - Bestehende Werbemöglichkeiten - Bereits vorhandene barrierefreie Angebote - Finanzielle Basisausstattung - Gegebene Möglichkeiten für die Förderung barrierefreier Projekte - Engagiertes Nationalparkteam - Vorhandene Personalressourcen des Nationalparks - Bestehende Kernkompetenz zum Thema „Naturpädagogik“ - Erlangte Auszeichnungen des Nationalparks	**Maßnahmen** - Information der Stakeholder und der Bevölkerung in der Region über konkrete barrierefreie Planungen im Nationalpark - Nutzung von Synergien in der Vermarktung barrierefreier Angebote - Gemeinsame barrierefreie Angebotsentwicklung mit Freizeitanbietern in der Region - Partnerschaften mit anderen regionalen Tourismusbetrieben im Rahmen der Gästeinformation - Erarbeitung von Umweltbildungsangeboten für behinderte Menschen	**Maßnahmen** - Erarbeitung von Schlechtwetterersatz-programmen - Vermeidung von Angeboten mit einem hohen Gefährdungspotential für behinderte Menschen - Vermeidung von Angeboten mit einem hohen Erhaltungsaufwand - Zusammenarbeit mit Beherbergungsbetrieben und Freizeitanbietern außerhalb der Region, insbesondere zur Überbrückung bis zur Schaffung eines regionalen barrierefreien Bettenangebotes
	Schwächen - Wenig Erfahrung der hauptamtlich beschäftigen NationalparkmitarbeiterInnen sowie Ranger im Bereich Barrierefreiheit - Höhere Instandhaltungskosten von barrierefreier Infrastruktur - Projektgebiet wird nicht zur Gänze barrierefrei adaptierbar sein (infolge Kosten und Gelände) - Derzeitige personelle Unterbesetzung (Einstellung von zusätzlichem Personal derzeit auch unrealistisch) - Verhältnismäßig geringer Bekanntheitsgrad des Nationalpark - Nationalpark ist unbekannt im Hinblick auf Barrierefreiheit - Werbebudget des Nationalparks ist bereits ausgeschöpft	**Maßnahmen** - Schulung der NationalparkmitarbeiterInnen und Ranger - Bewusstseinsbildung und Sensibilisierung der Region zur Thematik „Barrierefreier Tourismus“ - Anwendung von finanziell günstigen Werbemethoden durch Versendung von Newslettern an Behindertenorganisationen - Angestrebte hohe Qualität der Nationalparkangebote, z.B. bei Führungen, soll positive Mundpropaganda nach sich ziehen - Erhöhung der Angebotsvielfalt durch vielfältige Kooperationen (Tourismusbetriebe, Nationalparke, Naturparks, etc.) - Sponsorpartnerschaften anstreben und zusätzliche Fördermöglichkeiten lukrieren um die laufende Erhaltung sicherzustellen - Synergien mit dem derzeitigen Personalstand herstellen. (der laufende Betrieb soll so konzipiert werden, dass nicht zusätzlich Personal fix angestellt werden muss) - Einbeziehung der Partnerbetriebe in die Angebotsgestaltung und dadurch Entlastung des eigenen Personals bzw. des Rangereinsatzes	**Maßnahmen** - Etwaige Kritiker speziell informieren und einbinden - Planung von Maßnahmen für die rasche Hilfe bei unvorhergesehenem Schlechtwettereinbruch - Proaktive Einbindung des öffentlichen Verkehrs in die Angebotsgestaltung

Abbildung 29: SWOT-Matrix für die Nationalpark Gesäuse GmbH

6.2 Abgeleitete Grundstrategien

Aufgrund der Analysen im Rahmen der vorangegangenen Kapitel dieser Arbeit, werden im Folgenden Grundstrategien für die weitere Vorgangsweise zur Schaffung barrierefreier BesucherInnenangebote im Nationalpark Gesäuse abgeleitet. Darauf aufbauend werden dann im Kapitel 7 von den VerfasserInnen konkrete Maßnahmen vorgeschlagen.

1. Grundstrategie „Notwendigkeit von Aus- und Weiterbildung der touristischen Akteure im Hinblick auf Barrierefreiheit“

Die im Rahmen dieser Diplomarbeit behandelte barrierefreie BesucherInneninfrastruktur im Nationalpark Gesäuse sowie die daraus abzuleitenden konkreten Angebote, stellen für das Management des Nationalparks (Geschäftsführer, MitarbeiterInnen des Fachbereiches Bildung sowie des nationalparkeigenen Reisebüros) sozusagen „Neuland“ dar. Aber auch die freiberuflichen Ranger haben keine bzw. kaum Erfahrung mit dieser Zielgruppe. Die Thematik „barrierefreier Tourismus bzw. Freizeitangebote“ ist sehr komplex und es bedarf daher einerseits einer diesbezüglich spezifischen Ausbildung von interessierten Rangern, andererseits aber auch einer Schulung weiterer Akteure entlang der touristischen Servicekette (InfostellenmitarbeiterInnen, Gastronomiebedienstete etc.). Eine umfassende Informations- und Öffentlichkeitsarbeit über das geschaffene Angebot im Nationalpark soll Bewusstsein und Interesse bei den Tourismus- und Freizeitbetrieben in der Region wecken, gegebenenfalls in diesem Bereich zu investieren bzw. – als ersten Schritt – Schulungen in Anspruch zu nehmen und weitere Detailinformationen einzuholen.

Fazit:

Um das Angebot von barrierefreien Betten bzw. generell weiterer barrierefreier Tourismus- und Freizeiteinrichtungen (Gastronomie, Sport, Erholung etc.) zu vergrößern, ist es notwendig, konsequent und laufend alle Freizeitanbieter und Tourismusbetriebe über die Möglichkeiten und Bedeutung von „Barrierefreiem Tourismus“ zu informieren und zu schulen.

2. Grundstrategie „Dauer und Umfang von buchbaren Pauschalangeboten“

Da die Region bislang über sehr wenig barrierefreie Bettenkapazitäten verfügt, wird die Zahl von Personen mit Behinderung, die eine Führung bzw. ein Programm des Nationalparks in Anspruch nehmen, in den ersten Jahren nur einen kleineren Teil der direkt betreuten bzw. geführten GesamtbesucherInnen des Nationalparks ausmachen.

Die Durchführung von mehrtägigen Pauschalangeboten würde – trotz Errichtung der notwendigen und nützlichen barrierefreien Infrastruktur im Nationalparkgebiet – auf Grenzen stoßen, da kaum zusätzliche barrierefreie Freizeitangebote in der Region vorhanden sind (vom Benediktinerstift Admont sowie der Wallfahrtskirche Frauenberg abgesehen).

Die VerfasserInnen empfehlen der Nationalpark Gesäuse GmbH, in den ersten beiden Saisonen (nach Fertigstellung der baulichen Infrastruktur) vorerst nur mit halb- bis maximal zweitägigen Gruppenführungen den Betrieb aufzunehmen. Speziell bei zweitägigen Pauschalangeboten könnte auch das barrierefreie Museum im Benediktinerstift Admont in die Angebotsentwicklung integriert werden.

In diesem Zusammenhang könnte aber nach ein oder zwei Saisonen (nachdem erste Erfahrungen gesammelt wurden) der Versuch unternommen werden, zusätzliche Pauschalen in Zusammenarbeit mit anderen barrierefreien Freizeitanbietern der Obersteiermark („PSO“ in Schladming/Rohrmoos, „Oase Berta“ in Bad Aussee, „Wald der Sinne“ in Neuberg a.d. Mürz u.a.) anzubieten.

Fazit:

Gleichzeitig mit einer schrittweisen Anhebung der barrierefreien Bettenkapazitäten bzw. Errichtung weiterer barrierefreier Freizeitangebote in der Region, kann dann auch die Aufenthaltsdauer im Rahmen von Pauschalen verlängert, die Anzahl der Führungen pro Saison erhöht sowie die Vielfalt der Programme ausgebaut werden.

3. Grundstrategie „Personalbedarf beim Nationalpark“

Da es aus budgetären Gründen derzeit nicht absehbar ist, wann beim Nationalpark zusätzliches Personal angestellt werden kann, sollte die Organisation und Durchführung von barrierefreien Angeboten vom bestehenden Personal des Nationalparks (Reisebüro, Weidendompersonal, Personal in der Infostelle im Nationalparkpavillon) abgewickelt werden.

Es sollten daher in den ersten 2-3 Saisonen (nach Fertigstellung der zwingend notwendigen barrierefreien Infrastruktur) nur Gruppenführungen angeboten werden, da die Abwicklung von gebuchten Gruppenführungen – über die Saison betrachtet – insgesamt weniger personalaufwendig ist. Die Betreuung von IndividualbesucherInnen ohne Voranmeldung würde einen hohen Personalaufwand erfordern, weil in diesem Fall der Weidendom mit zusätzlichem Personal zur Betreuung von Personen mit Behinderung fix besetzt sein müsste. Aber auch beim Nationalparkpavillon – dem zweiten Ausgangs- bzw. Endpunkt des Rauchbodenweges – müsste zusätzliches Personal beschäftigt werden.

Fazit:

Eine personelle Aufstockung, sowohl beim Weidendom als auch beim Nationalparkpavillon, ist aus finanziellen Gründen unrealistisch, weshalb die Grundstrategie vorerst ganz klar in Richtung „angemeldete Gruppenführungen“ geht.

4. Grundstrategie „Errichtung barrierefreier Einrichtungen bzw. Infrastruktur im Nationalpark“

Auf Grundlage der Empfehlungen dieser Arbeit sollen ab Sommer 2010 einerseits die – im Hinblick auf Barrierefreiheit – zwingend nötigen Infrastrukturmaßnahmen und, je nach finanziellen Möglichkeiten, auch weitere nützliche Maßnahmen bzw. Einrichtungen im

Bereich des Weidendoms, Lettmair Au, Rauchbodenweg und Nationalparkpavillon umgesetzt werden. Aus der Analyse der Befragung der StakeholderInnen im Rahmen dieser Arbeit leiten die VerfasserInnen im folgenden Kapitel eine Vielzahl von kleineren aber auch größeren Infrastrukturmaßnahmen ab, die die Nationalparkverwaltung in nächster Zeit tätigen müsste, um überhaupt barrierefreie Pauschalen am Markt anbieten zu können.

Fazit:

Mit den für dieses Projekt vorgesehenen Mitteln (ca. 80.000 Euro[141]) können vorrangig nur die zwingend nötigen Infrastrukturmaßnahmen finanziert werden. Für etwaige zusätzliche nützliche Maßnahmen müssten seitens der öffentlichen Hand oder seitens von Sponsoren zusätzliche Mittel bzw. Fördergelder zur Verfügung gestellt werden.

5. Grundstrategie „Schaffung barrierefreier Tourismusinfrastruktur in der Tourismusregion“

Um ein diesbezügliches Engagement bei den Akteuren entlang der touristischen Servicekette zu erreichen bzw. auch Investitionsbereitschaft bei den Beherbergungs-, Gastronomie- und Freizeitbetrieben zu wecken, ist die laufende Einbindung, Information und Schulung aller interessierter bzw. betroffenen touristischer Akteure unabdingbar (siehe Grundstrategie 1). Schrittweise sollte im Laufe der nächsten Jahre das barrierefreie Angebot in der Region hinsichtlich der Quantität und Qualität erhöht werden. Damit einher würde auch die Bedeutung von barrierefreien Angeboten im Bildungsportfolio des Nationalparks sukzessive steigen.

Fazit:

Förderungen seitens der öffentlichen Hand zur Errichtung bzw. zum Ausbau von barrierefreien Qualitätsbetten wären ein wichtiges Anreizinstrumentarium für die Betriebe, in diesem Bereich zu investieren. Die diesbezüglichen Möglichkeiten müssten gemeinsam mit dem Tourismusverband und der Lokalpolitik ausgelotet werden.

6. Grundstrategie „Bewerbung der neu geschaffenen, barrierefreien Angebote“

Hinsichtlich der Bewerbung der zu errichtenden, barrierefreien Angebote im Nationalpark Gesäuse rund um den Weidendom, die Lettmair Au, den Rauchbodenweg und den Nationalparkpavillon, sollte in den ersten Jahren schwerpunktmäßig auf die bestehenden Werbemittel bzw. Werbeschienen des Nationalparks zurückgegriffen werden. Werbekooperationen mit anderen barrierefreien Freizeitangeboten der Obersteiermark, mit dem Tourismusverband, sowie der Steiermarkwerbung sollen gesucht und eingegangen werden. Im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten sollen aber auch einschlägige Webplattformen sowie Fachzeitschriften im Bereich „Barrierefreier Tourismus“ genutzt werden. Die „Pro-

[141] Vgl. Einreichunterlagen zum ELER Projekt „Drei Farben Natur“ (2009); internes Dokument der Nationalpark Gesäuse GmbH

duktwahrheit“ muss eingehalten werden. Eine genaue Beschreibung des Angebots und der Infrastruktur im Zuge der Bewerbung ist in diesem Zusammenhang von großer Wichtigkeit.

Fazit:

Aufgrund der vorerst zu erwartenden relativ geringen Auslastung sowie aufgrund des begrenzten Werbebudgets des Nationalparks sollte die Werbe-Grundstrategie vorerst ganz klar in Richtung „Nutzung bereits vorhandener Werbemedien und Werbekanäle“ ausgerichtet werden.

7. Grundstrategie „Einbeziehung des öffentlichen Verkehrs“

Wenngleich nicht alle Busse, Ruftaxis, Haltestellen, Bahnhöfe sowie Zugsgarnituren im Zusammenhang mit der Anreise bzw. Mobilität derzeit barrierefrei ausgestaltet bzw. eingerichtet sind, können RollstuhlfahrerInnen – gegen Voranmeldung – das ÖV Angebot durchaus in Anspruch nehmen. Der öffentliche Verkehr sollte daher unbedingt in die Entwicklung barrierefreier Pauschalen integriert werden. Für andere Formen von Behinderungen (sehbehinderte, blinde, hörbehinderte und taube Personen u.a.) müssen noch zahlreiche Verbesserungsmaßnahmen seitens der ÖV Anbieter gesetzt werden.

Fazit:

Die verantwortlichen Personen des ÖV bzw. auch das ÖV Personal müssten unbedingt umfassend über die Notwendigkeiten von Verbesserungen im Hinblick auf „Barrierefreiheit“ informiert bzw. auch in diverse Schulungsmaßnahmen integriert werden (siehe 1. Grundstrategie „Aus- und Weiterbildung“). Das bestehende ÖV Angebot sollte einerseits im Hinblick auf „Barrierefreiheit“ weiter verbessert und gleichzeitig proaktiv in die Angebotsentwicklung vom Nationalpark integriert werden.

8. Grundstrategie „Integrativer Ansatz im Rahmen der Angebotsentwicklung und Durchführung“

Prämissen in Zusammenhang mit einem „integrativen Ansatz“[142]

- Das Grundkonzept des „Miteinander“ soll im Rahmen von integrativen Führungen im Nationalpark an erster Stelle stehen. Entwicklung von Angeboten bzw. Pauschalen, bei denen Menschen mit einer Behinderung gemeinsam mit Menschen ohne Behinderung die Natur erleben.
- Die offene Atmosphäre, in der sich die TeilnehmerInnen – mit oder ohne Behinderung – begegnen stellt eine wichtige soziale Komponente dar.

[142] Vgl. Website des Verbandes der Naturparke Österreichs; aufgerufen am 23.5.2010 http://www.naturparke.at/de/Projekte/Tagungsergebnisse/Integrative_Outdoor-Freizeit-Angebote_entwickeln

- Es sollen alle TeilnehmerInnen in alle Aktivitäten eingebunden werden. Leitdevise: Soviel Selbstbestimmung wie möglich, soviel Unterstützung wie notwendig!
- Die Schaffung von „Spezialangeboten“ ausschließlich für Menschen mit bestimmten Behinderungsformen soll vom Nationalpark vordergründig nicht forciert werden.
- Eine Sensibilisierung im Sprachgebrauch ist bei allen AkteurInnen entlang der touristischen Servicekette nötig.
- „Das“ barrierefreie Angebot gibt es nicht. Bei jedem barrierefreien Angebot müssen individuell die Arten von Behinderungen der TeilnehmerInnen berücksichtigt werden. Die Anforderungen an Angebote sind von RollstuhlfahrerInnen, blinden, gehörlosen oder geistig behinderten Menschen unterschiedlich.

9. Grundstrategie „Preisgestaltung“

In Anlehnung an die 8. Grundstrategie (und selbstverständlich auch aufgrund des Behindertengleichstellungsgesetzes) sollen keine Unterschiede hinsichtlich der Preisgestaltung für Menschen mit einer Behinderung und Menschen ohne Behinderung gemacht werden. Die Kosten für einen etwaig erhöhten organisatorischen oder technischen Aufwand im Rahmen der Durchführung von integrativen Führungen, sollte vom Nationalpark getragen werden. In diesem Zusammenhang sollte die Nationalparkverwaltung das Förderportfolio von Bund und Land hinsichtlich finanzieller Unterstützung für den laufenden Betrieb analysieren. Die Bildung von Partnerschaften mit Sponsoren für die Durchführung von innovativen integrativen Führungen zu leistbaren Preisen (trotz erhöhten technischen und organisatorischen Aufwandes) könnte ebenso angestrebt werden.

Fazit:

Die Preisgestaltung im Rahmen von integrativen Führungen bzw. Pauschalangeboten sollte sich nicht unterscheiden von der bisherigen Preispolitik des nationalparkeigenen Reisebüros.

Aufgrund der Grundstrategien abgeleiteter grober Stufenplan

2010

- Erhebung des vorhandenen barrierefreien Betten- und Freizeitangebotes in der Tourismusregion
- Start mit den vorgeschlagenen, zwingend notwendigen Infrastrukturmaßnahmen

2011

- Fertigstellung der barrierefreien Infrastruktur im Nationalpark – einerseits die zwingend nötigen und andererseits (je nach verfügbarem Budget) den zusätzlichen nützlichen Investitionen

- Vorstellung der geschaffenen, barrierefreien BesucherInnenangebote sowie der buchbaren Pauschalen im Rahmen von Informationsveranstaltungen in der Region:
- Herbst 2011: Konzeption eines ersten Ausbildungsmoduls für interessierte Ranger
- Herbst 2011: Ausarbeitung von 4 konkreten, buchbaren Pauschalen auf Basis „Integrative Führungen“ sowie deren Bewerbung

2012

- Frühjahr 2012: Erstes Ausbildungsmodul für Ranger im Hinblick auf „barrierefreie Führungen“
- Frühjahr 2012: Grundinformation bezüglich richtigen Verhaltens an alle involvierten touristischen AkteurInnen entlang der touristischen Servicekette
- Sommersaison 2012: Probebetrieb für die 4 ausgearbeiteten, buchbaren Pauschalangebote
- Ab Herbst 2012: Start einer intensiven Information sowie Schulung aller involvierten touristischen AkteurInnen; Auslotung etwaiger Förderschienen für den laufenden Betrieb im Nationalpark, für die Errichtung weiterer barrierefreier Freizeitangebote in der Region sowie für die Schaffung von zusätzlichen barrierefreien Qualitätsbetten in der Region
- Ab Herbst 2012: Einbeziehung weiterer barrierefreier Freizeitangebote der Obersteiermark in buchbare Pauschalen; Eingehen zusätzlicher Werbekooperationen; aktivere Bewerbung der entwickelten buchbaren Pauschalen

2013

- Durchführung der zweiten Führungssaison
- Laufende Qualitätsverbesserung; laufende Weiterbildung aller involvierten Akteure
- Beginn des Aufbaues eines Qualitätsmanagements auf Basis ISO 9001
- Herbst 2013: Entwicklung weiterer buchbarer Angebote bzw. Adaptionen der bestehenden Angebote aufgrund der Rückmeldungen der TeilnehmerInnen; verstärkte Kooperation mit inzwischen neu geschaffenen barrierefreien Freizeitangeboten in der Region; verstärkte Bewerbung; Bildung von strategischen Netzwerkpartnerschaften im Rahmen der Angebotsentwicklung der Aus- und Weiterbildung sowie der Bewerbung

2014

- Frühjahr 2014: Ausbildung weiterer Ranger im Hinblick auf „Barrierefreiheit“
- Das Reisebüro der Nationalpark Gesäuse GmbH wird ISO 9001 zertifiziert.
- Durchführung der dritten Führungssaison
- Ausbau weiterer strategischer Netzwerkpartnerschaften mit Freizeitanbietern, Beherbergungsbetrieben, ÖV Anbietern, Reiseveranstaltern u.a.

Erreichte Ziele bis 2015

- Die Region verfügt über zusätzliche barrierefreie Freizeiteinrichtungen und Gastronomiebetriebe.
- Die Region verfügt über zusätzliche barrierefreie Qualitätsbetten.
- Die Vielfalt der buchbaren, barrierefreien Angebote ist gestiegen. Zusätzliche FreizeitanbieterInnen und Beherbergungsbetriebe sind in die Angebotsentwicklung integriert.
- Die BesucherInnenzahlen im Rahmen der Angebotsgruppe „Integrative Führungen“ machen 10 % der gesamt betreuten BesucherInnen des Nationalparks aus.
- Die geschaffenen, barrierefreien Qualitätsbetten haben eine 60 %ige Jahresauslastung.
- Der Nationalpark sowie die Tourismusregion haben einen 70 %igen Bekanntheitsgrad bei einschlägigen (im Hinblick auf Barrierefreiheit), nationalen Reiseanbietern bzw. Behindertenorganisationen, die im Bereich „barrierefreier Tourismus“ tätig sind.
- Aufgrund der erhöhten BesucherInnenzahlen kann der laufende Betrieb kostendeckend geführt werden.

Ab 2016

Der Nationalpark Gesäuse sowie die umliegende Tourismusregion bauen ihr Angebotsportfolio im Bereich „Barrierefreiheit“ zunehmend aus. Durch diese Zielgruppe erhöhen sich sukzessive die BesucherInnenzahlen, die Nächtigungszahlen und somit generell die Wertschöpfung in der Region.

7 Ableitung von Maßnahmen auf Grundlage der erhobenen Erkenntnisse

7.1 Methodischer Rahmen

Im Rahmen der StakeholderInnenbefragung wurden umfangreiche Gestaltungsvorschläge für barrierefreie Infrastruktur, für die Entwicklung konkreter Angebote sowie für Maßnahmen den öffentlichen Verkehr und das Umfeld des Nationalparks betreffend erhoben. Diese Informationen sowie die Erkenntnisse aus der verwendeten Literatur sollen nun durch das Diplomarbeitsteam selektioniert und als konkrete Maßnahmen ausformuliert werden. Nicht jede StakeholderInnenmeinung konnte berücksichtigt werden. Die VerfasserInnen empfehlen vor allem jene Maßnahmen, die ein bestmöglich durchsetz- und finanzierbares barrierefreies BesucherInnenangebot im Nationalpark Gesäuse gewährleisen können. Alle Maßnahmen beruhen letztlich auf den Erkenntnissen, die das Diplomarbeitsteam im Laufe des MSc-Lehrganges „Management & Umwelt“ und insbesondere im Zuge der Diplomarbeit selbst gewonnen hat.

Die geplante Verwirklichung dieser Empfehlungen sollte aber jedenfalls vor Festlegung der einzelnen Maßnahmen mit ExpertInnen aus den jeweils betroffenen Fachrichtungen erörtert werden.

7.2 Anforderungen an die Infrastruktur im Projektgebiet

Alle baulichen Anlagen werden grundsätzlich nicht nur im Hinblick auf Barrierefreiheit geplant, sondern es werden immer auch Naturschutz- und Umweltschutzbelange berücksichtigt. Alle in der Folge vorgeschlagenen Infrastrukturmaßnahmen sollen im unmittelbaren Bereich oder im Nahbereich von vorhandenen Nationalparkeinrichtungen durchgeführt werden. Lediglich der Rauchbodenweg weist derzeit keine infrastrukturellen Einrichtungen auf. Er stellt aber als bestehende Forststraße bereits einen gewissen Eingriff in die Natur dar, daher wird ein barrierefreier Ausbau nicht zu einer wesentlichen weitergehenden Beeinträchtigung führen.

Die wesentlichen ÖNORMEN, insbesondere die ÖNORMEN B 1600, B 1601, B 1603 und B 1610, sind zu beachten. Vor Durchführung der Baumaßnahmen sind allfällig notwendige behördliche Bewilligungen einzuholen.

Außerdem ist es wesentlich, sämtliche tatsächlich verwirklichten Infrastrukturmaßnahmen bestmöglich zu erhalten. Damit wird nicht nur die Qualität der Maßnahmen gesichert, sondern auch die Gefahr einer – auf schlechter Instandhaltung beruhenden – Verschuldenshaftung gering gehalten.

Alle Maßnahmen wurden derart geplant, dass sie mittelfristig finanzier- und umsetzbar erscheinen.

7.2.1 Maßnahmen am Rauchbodenweg

Durch infrastrukturelle Maßnahmen am Rauchbodenweg soll einerseits die Barrierefreiheit für Menschen mit jeder Behinderungsart angestrebt werden, andererseits soll dabei die Natürlichkeit und die besondere landschaftliche Schönheit des Weges nicht durch übertriebene Baumaßnahmen beeinträchtigt werden. Zur Erreichung dieses Zieles schlagen die VerfasserInnen folgende Maßnahmen vor:

Herstellung einer durchgehenden Wegbefestigung mit einer verfestigten und glatten Oberfläche in einer naturnahen Weise (keine Asphaltierung, z.B. Makadam-Belag). Die Qualität der Wegoberfläche soll vom Ausgangspunkt (Weidendom, Parkplatz) bis zum Endpunkt (Nationalparkpavillon) gewährleistet werden. Der Weg soll nicht zu stark bombiert sein, für die notwendige Entwässerung des Weges sollen andere geeignete wegebaulichen Maßnahmen sorgen.

Errichtung eines Unterstandes inkl. einer barrierefreien WC-Anlage ungefähr in der Mitte des Rauchbodenweges. Im Unterstand sind Sitzmöglichkeiten und ein größerer Tisch vorgesehen. Sitzmöglichkeiten sollen auch für besonders beleibte Menschen zur Verfügung stehen. Handläufe sollen zu den Sitzmöglichkeiten führen. Der Tisch soll für RollstuhlfahrerInnen unterfahrbar sein. Der Unterstand darf nicht abschüssig errichtet werden. Eine Trinkwasserentnahmestelle sowie eine Waschgelegenheit sollen vorhanden sein. Im Sanitärbereich sollte auch ein Wickeltisch vorhanden sein (besonders gute Nutzbarkeit des Weges für Kinderwägen). Informations- und Notrufeinrichtungen (siehe konkrete Vorschläge zu diesen Punkten) sollen installiert werden. Der Unterstand soll auch mit einem „Infopoint“ bzw. Informationstafeln (siehe Kapitel 7.2.6) ausgestaltet werden. Leitungen zur Versorgung mit Elektrizität und Trinkwasser sowie zur Entsorgung der Abwässer sind zu vermeiden. Die Stromversorgung soll über Photovoltaikanlagen gewährleistet, Wasser bzw. Abwasser muss zu- bzw. abgeführt werden. Im mittelbaren Bereich des Unterstandes soll entsprechender Platz vorhanden sein, damit bei Bedarf (je nach Saison und Annahme des Angebotes) weitere Sitz- und Picknickmöglichkeiten geschaffen werden können.

Errichtung eines barrierefreien Überganges beim Bahnhof Johnsbach. Der derzeit enge und beschwerliche Zugang vom Parkplatz zum Bahnhof Johnsbach und von dort zum Rauchbodenweg soll möglichst aufgeweitet und in der oben beschriebenen Wegqualität hergestellt werden. Ein gefahrloses und barrierefreies Überqueren der Geleise muss sichergestellt werden. Optimal wäre die Errichtung einer Bahnunterführung, aus Kostengründen erscheint diese Variante aber nicht realisierbar.

Errichtung von Absicherungen entlang des Rauchbodenweges. Brücken und andere Wegstrecken mit Absturzgefahr sind mit Geländern oder anderen Maßnahmen zu sichern.

Errichtung einer taktilen Leiteinrichtung entlang des gesamten Rauchbodenweges. Für blinde und sehbehinderte Menschen soll ein Leitsystem, z.B. in Form eines Führungsseiles, entlang des gesamten Rauchbodenweges geschaffen werden. Dieses Leitsystem soll zu allen Einrichtungen (Unterstand, WC, Informationstafeln, Sitzbänke, etc.) im Bereich des Rauchbodenweges führen.

Aufstellung von Sitzbänken. Entlang des Rauchbodenweges sollen mehrere Sitzgelegenheiten, bevorzugt an Aussichtspunkten, geschaffen werden. Leiteinrichtungen sollen blinde Menschen zu den Sitzgelegenheiten führen. Die Sitzmöglichkeiten sollten Armlehnen aufweisen und auch für besonders korpulente Menschen geeignet sein.

Errichtung von Informationstafeln an besonderen Punkten des Weges (am Beginn, beim geplanten Unterstand, am Ende des Rauchbodenweges sowie je 1 Informationstafel zwischen Beginn des Weges und Unterstand sowie zwischen Unterstand und Ende des Weges). Am Beginn und am Ende des Weges sollen die Tafeln Informationen über die Wegbeschaffenheit, die Länge des Weges, über vorhandene WCs, über besondere Gefahren und über Notrufmöglichkeiten enthalten. Darüber hinaus sollen die Tafeln über die Landschaft entlang des Weges und den Nationalpark informieren. Sämtliche Informationstafeln sollen für RollstuhlfahrerInnen unterfahrbar sein und Informationen in Braille-Schrift (Blindenschrift) enthalten. Die Informationen sollen in leicht verständlicher Sprache und möglichst in schwarz auf gelber Großschrift (optimal für sehbehinderte Menschen) gehalten werden.

Installation von auditiven Informationseinrichtungen im Bereich der Informationstafeln. Die Informationen sollen eine Beschreibung der Landschaft entlang des Rauchbodenweges (Vegetation, Tierleben, Geologie, Bewirtschaftung etc.) beinhalten, wobei darauf geachtet werden soll, dass die Beschreibung all dieser Landschaftselemente möglichst bildhaft erfolgt. Die auditiven Informationseinrichtungen sollen im Bereich der anderen infrastrukturellen Einrichtungen (Unterstand, Informationstafeln, Fernrohre) am Rauchbodenweg errichtet werden und sie sollen auch für RollstuhlfahrerInnen und kleinwüchsige Menschen erreichbar sein.

Installation eines höhenverstellbaren Fernrohres an zumindest einem Aussichtspunkt. Für RollstuhlfahrerInnen aber auch für kleinwüchsige Menschen ist die Höhenverstellbarkeit des Fernrohres wichtig.

Aufstellung von Müllbehältern. Im Bereich des Unterstandes und der sonstigen Sitzgelegenheiten entlang des Weges sollen Müllbehälter aufgestellt werden.

7.2.2 Maßnahmen an der Gesäuse-Bundesstraße B 146

BesucherInnen des Nationalparks Gesäuse müssen die stark befahrene Gesäuse-Bundesstraße B 146 mehrfach queren (von den Parkplätzen, vom Gasthaus zu den Nationalparkeinrichtungen und umgekehrt; Querung im Rahmen einer Wanderung vom Weidendom zum Nationalparkpavillon entlang des Rauchbodenweges). Besonders für Menschen mit Behinderungen ist die Querung der B 146 schwierig. Notwendige Maßnahmen sind großteils auf öffentlichen Flächen zu setzen. Deswegen kann der Nationalpark die Umsetzung dieser Maßnahmen nur bedingt beeinflussen. Es sollte aber jedenfalls in Kontakt mit den Behörden und zuständigen Stellen eine Verbesserung der Istsituation angestrebt werden. Folgende Maßnahmen könnten die Problematik entschärfen:

Errichtung von 2 Fußgängerübergängen mit akustischen Ampelanlagen (Gstatterboden und beim Weidendom). Die Ampelanlagen sollten per Knopfdruck ausgelöst werden können. Allenfalls notwendige Abschrägungen an den Straßenrändern sollen dabei nicht steil, sondern entweder völlig vermieden oder in einer leichten Abstufung ausgeführt werden, damit diese für RollstuhlfahrerInnen und blinde Menschen problemlos bewältigbar sind. Ebenso sollten entsprechende Gefahrenzeichen nach der StVO auf die Fußgängerübergänge hinweisen.

Errichtung von Hinweistafeln entlang der Gesäuse-Bundesstraße 146. Durch Hinweistafeln soll zusätzlich auf den Besucherverkehr bei den Nationalparkeinrichtungen, insbesondere auch auf die besondere Gefährdung von Menschen mit Behinderungen aufmerksam gemacht werden (z.B. Hinweistafeln mit Rollstuhl).

Errichtung von barrierefreien Parkplätzen in ausreichender Anzahl. Die Anzahl der bestehenden Behindertenparkplätze sollte im Hinblick auf das neue barrierefreie BesucherInnenangebot erhöht werden. Einige Parkplätze sollten sogar größer, als in der ÖNORM vorgesehen, errichtet werden, weil nur so ausreichend Platz für RollstuhlfahrerInnen beim Ein- und Aussteigen sowie beim Rangieren gewährleistet werden kann. Bordsteinkanten sollten generell vermieden werden.

Errichtung von Informationstafeln im Bereich der Parkplätze. Auf den Informationstafeln sollten auch eine Telefonnummer des Nationalparks stehen, damit das Personal des Nationalparks notfalls zu Hilfe gerufen werden kann. Auch auf diesen Informationstafeln müssen Auskünfte in Braille-Schrift verfaßt sein, sie müssen für RollstuhlfahrerInnen unterfahrbar und in einer einfachen Sprache, möglichst schwarz auf gelber Großschrift, gehalten sein.

7.2.3 Maßnahmen betreffend die Gestaltung der „XEIS Guides“

Elektronische Hilfsmittel, so genannte Guides, werden vor allem für kulturelle und museale Angebote verwendet. Der Nationalpark plant, einen speziell für das Angebot im Nationalpark Gesäuse adaptierten Guide, den „XEIS Guide“, anzubieten. Dieses Vorhaben bietet die Gelegenheit, die „XEIS Guides“ besonders für behinderte Menschen nutzbar zu machen und somit einen wesentlichen Beitrag zur angestrebten Barrierefreiheit zu leisten. Grundsätzlich soll der „XEIS Guide“ immer ein Hilfsmittel bleiben und nicht zum Unterhaltungsinstrument an sich werden. Er soll lediglich helfen, das Naturerlebnis, insbesondere für Menschen mit Behinderung, leichter erlebbar zu machen. Die „XEIS Guides“ sollen sowohl bei Führungen als auch für individuelle Nutzungen der BesucherInnenangebote eingesetzt werden. Die „XEIS Guides“ sollen im Hinblick auf die Barrierefreiheit folgendermaßen angepasst werden:

Ankauf, entsprechende Programmierung und Verleih von „XEIS Guides“ für die Nutzung der BesucherInnenangebote Wanderung Rauchbodenweg, Themenweg Lettmair Au, „Ökologischer Fußabdruck beim Weidendom“ und „Landschaft in der Horizontale“ beim Nationalparkpavillon. Diese BesucherInnenangebote bieten eine Vielzahl von Informationen an, weshalb eine mobile Informationsquelle zum selbständigen Erkunden dieser Nationalparkeinrichtungen äußerst hilfreich sein kann.

Adaptierung der „XEIS Guides“ für die Anforderungen von behinderten Menschen. Die „XEIS Guides“ sollen leicht bedienbar (Menüführung nicht zu komplex, nicht zu viel Information) mit tastbaren Großbuchstaben angeboten werden. Es sollen auditive und optische Informationen gegeben werden. Die „XEIS Guides“ sollen auch mit Gebärdensprachenvideos ausgestattet sein. Bei Führungen soll es möglich sein, das vom Führer in ein Mikrofon Gesprochene über die „XEIS Guides“ zu hören. Akustische Informationen durch die „XEIS Guides“ sollen für hörbehinderte Menschen auch induktiv hörbar gemacht werden. Die „XEIS Guides“ sollen mehrsprachig programmiert werden. Sollten die vielfachen Nutzungsmöglichkeiten der „XEIS Guides“ die BenutzerInnen überfordern, könnten für die jeweiligen Gruppen von Menschen mit Behinderung (z.B. blinde oder gehörlose Menschen) jeweils speziell für die Behinderungsform adaptierte „XEIS Guides“ angeboten werden.

7.2.4 Maßnahmen betreffend die Verwendung von SWISS•TRACs

Der Nationalpark plant Zuggeräte für Rollstühle anzukaufen, um damit RollstuhlfahrerInnen auch die Bewältigung von größeren Steigungen (bis zu 20 %) zu ermöglichen. Derartige Geräte werden von der Schweizer Firma SWISS•TRAC angeboten. Die elektrisch betriebenen Zuggeräte (SWISS•TRACs) können mobilitätseingeschränkten Personen ein besonderes Naturerlebnis ermöglichen. Diesem positiven Aspekt stehen aber relativ hohe Kosten für die Anschaffung, für die Errichtung der notwendigen Infrastruktur und für den Betrieb entgegen. Es soll im kleinen Rahmen ein derartiges Angebot entwickelt werden.

Aufgrund des erhöhten Aufwandes für die Ausgabe, Ankoppelung und Einschulung kann dieses Angebot aber nur nach Voranmeldung in Anspruch genommen werden. Folgende Maßnahmen werden vorgeschlagen:

Ankauf oder Leasing von wenigen Zuggeräten der Marke SWISS•TRAC. Die genaue Anzahl der zu beschaffenden Geräte inkl. Kupplungen oder fahrbaren Plattformen soll nach einer genauen Kostenanalyse (Geräte, Infrastruktur, Wartung, Personal) durch den Nationalpark erfolgen.

Ankauf von einigen Rollstühlen. Die Rollstühle sollen mit den SWISS•TRACs problemlos kombinierbar sein. Sie sollten eingesetzt werden, wenn gewisse Rollstuhlmodelle von BesucherInnen nicht SWISS•TRAC tauglich sind oder wenn RollstuhlfahrerInnen eine zur Ankopplung notwendige Vorrichtung an ihrem Rollstuhl nicht befestigen lassen wollen und daher Leihrollstühle bevorzugen.

Errichtung von einer zentralen Stelle für die Stationierung und Garagierung der SWISS•TRACs im Bereich des Weidendoms. Im Bereich dieser Station soll nicht nur die Garagierung, sondern auch die Wartung und die Übernahme der Geräte durch die Nutzer möglich sein. Nationalparkpersonal soll in dieser Station die Rollstühle an die SWISS•TRACs ankoppeln. Die SWISS•TRACs können auch beim Nationalparkpavillon abgegeben werden. Anschließend werden diese Geräte mit dem nationalparkeigenen Transporter zum Weidendom zurückgebracht.

Errichtung von Aufladestationen für die batteriebetriebenen SWISS•TRACs. Im Bereich der Übergabestation beim Weidendom sowie beim Nationalparkpavillon soll je eine Aufladestation errichtet werden. Die Energiegewinnung der Aufladestationen soll zumindest durch Photovoltaik unterstützt werden.

Allfällig notwendige Sicherheitsmaßnahmen auf der gesamten mit SWISS•TRACs zu befahrenden Strecke: Vor Aufnahme des Betriebes müssen sämtliche zu befahrende Wegstrecken überprüft und etwaige Sicherheitsmängel beseitigt werden. Folgende potentielle Gefahrenquellen werden insbesondere zu prüfen sein: Oberfläche des Weges, Wasserspulen, Furten, Straßenquerungen, Stellen mit Absturzgefahr, Steilstücke, Bahnübergang.

Entwicklung einer kleinen fahrbaren Plattform inkl. Kupplung, auf die jeder Rollstuhl fest montiert werden kann. Durch diese Plattform ist eine Nutzung der SWISS•TRACs ohne ein Umsteigen in einen fremden Rollstuhl möglich.

7.2.5 Maßnahmen zur Gewährleistung von Notrufmöglichkeiten

Alle öffentlichen Einrichtungen müssen auf Notfälle vorbereitet sein und entsprechende Notrufmöglichkeiten schaffen. Dies gilt für BesucherInnenangebote für Menschen mit Behinderungen in um so höheren Maße, als durch die Behinderung bzw. gesundheitliche Beeinträchtigung ein größeres Gefährdungspotential besteht. Die angestrebte barrierefreie Infrastruktur muss bei Notfällen rasch Hilfe gewährleisten. Bevor die Nationalpark Gesäuse GmbH die Maßnahmen verwirklicht, sollte sie daher auch Kontakt mit Rettung, Feuerwehr und Polizei aufnehmen und deren Vorschläge in die Planungen miteinbezogen werden.

Folgende Maßnahmen werden empfohlen:

- Information über alle relevanten Notrufnummern (Nationalpark, Feuerwehr, Rettung, Polizei) auf allen Informationstafeln. Sämtliche Informationstafeln im Nationalpark sind mit deutlich wahrnehmbaren Notrufnummern (große Schrift, schwarz auf gelb) zu beschriften.

- Gewährleistung eines guten Empfanges für Mobiltelefone. In allen barrierefrei nutzbaren Nationalparkeinrichtungen muss ein guter Mobilfunkempfang gegeben sein. Sollten einzelne Mobilfunkbetreiber den Empfang in gewissen Bereichen der barrierefreien Nationalparkeinrichtungen nicht gewährleisten können, ist dies deutlich auf Ein- und Ausgängen dieser Bereiche anzuschreiben.

- Integration eines Notrufsystems in die „XEIS Guides“. Per Knopfdruck könnte dadurch ein Kontakt zu den Notrufstellen ausgelöst werden. Diese Maßnahme sollte je nach Programmier- und Finanzierbarkeit für einzelne Geräte überlegt werden. Die Kommunikation sollte mit diesen Geräten auch per Display möglich sein, damit auch gehörlose Menschen diese Guides nutzen können. Alternativ zur Notrufmöglichkeit durch „XEIS Guides“ könnten entsprechende Notrufsäulen an bestimmten Stellen (z.B. Parkplatz, Unterstand am Rauchbodenweg) errichtet werden. Jedenfalls sollten Notrufmöglichkeiten, die über den telefonischen Hilferuf hinausgehen, nach dem 2-Sinne Prinzip (alles, was man nicht hören kann, muss man sehen können – und umgekehrt) gegeben sein.

- Die Installierung von Notrufmöglichkeiten auf allen barrierefreien WC-Anlagen. Diese Maßnahme ist rechtlich verpflichtend vorzusehen.

7.2.6 Generelle Maßnahmen im Nationalpark

Im Nationalpark befinden sich derzeit einige Einrichtungen, die bereits für Menschen mit Behinderung nutzbar sind; teilweise sind schon Planungen vorhanden, die eine Erweiterung des barrierefreien Angebotes vorsehen (siehe Kapitel 4.5). Die im Rahmen dieser Diplomarbeit vorgeschlagenen Maßnahmen gehen aber weit über das vorhandene und

bisher geplante Ausmaß an barrierefreien Einrichtungen hinaus. Neben den oben erwähnten Initiativen werden folgende zusätzliche Schritte empfohlen, um den Nationalpark Gesäuse weitgehend barrierefrei zu machen:

Errichtung von Informationstafeln an allen markanten Punkten (Zugangsbereiche, Weidendom, Nationalparkpavillon, Parkplätze, Unterstand Rauchbodenweg etc.). Die Tafeln sollen Informationen über den Nationalpark an sich, über die jeweiligen Einrichtungen des Nationalparks, über wichtige Infrastruktur im Umfeld des Nationalparks, über das Maß der Barrierefreiheit und über Notrufmöglichkeiten enthalten. Sämtliche Beschriftungen sollen in einfacher Sprache und in Großschrift (schwarz auf gelb) gehalten werden. Alle Informationstafeln sollen für RollstuhlfahrerInnen unterfahrbar sein. Daneben sollen die Informationstafeln auch Bereiche in Braille-Schrift (Blindenschrift) aufweisen. Besonders ist dabei zu beachten, dass die Informationstafeln auch gefällig gestaltet (Holzkonstruktionen bzw. an das Umfeld angepasste Bauweise) und im unmittelbaren Bereich von baulichen Anlagen errichtet werden. Wenn dies nicht durchführbar ist, sind die Informationstafeln möglichst gut in die Landschaft zu integrieren, damit die landschaftliche Schönheit nicht beeinträchtigt wird.

Errichtung von 2 bis 3 „Infopoints“ an markanten Punkten (Zugangsbereiche, Weidendom, Nationalparkpavillon, Parkplätze). Diese „Infopoints“ sollen weitergehende Informationen anbieten. Die Informationen sollen akustisch, taktil und induktiv abrufbar sein. Daher sollen dort auch ertastbare Reliefkarten aufgestellt bzw. angeboten werden. Zumindest einer der „Infopoints“ könnte als eine „Erlebnisinsel“ für nationalparkbezogene Informationen ausgebaut werden, die die Sinne anspricht.

Errichtung einer weiteren barrierefreien WC-Anlage und Optimierung der bestehenden WC-Anlagen. Neben den vorhandenen WC-Anlagen beim Weidendom und im Nationalparkpavillon soll – wie vorgeschlagen – eine barrierefreie WC-Anlage beim Unterstand Rauchbodenweg errichtet werden. Eine weitere WC-Anlage soll an einer – für BesucherInnen mit Behinderungen günstigen – Stelle geschaffen werden. Die WC-Anlage könnte auch mit einem „Infopoint“ kombiniert werden. Jedenfalls sind diese WC-Anlage sowie die zu optimierenden WC-Anlagen barrierefrei auszugestalten. Zudem sollte jede WC-Anlage über eine Waschmöglichkeit und einen Wickeltisch verfügen.

Errichtung einer Picknickstelle im Nahbereich der Enns. An einer ökologisch vertretbaren Stelle (z.B. Wiese neben der Enns beim Campingplatz in Gstatterboden) soll im Nahbereich der Enns eine barrierefrei zugängliche Picknickstelle errichtet werden. Diese Picknickstelle soll über möglichst viele Ver- und Entsorgungseinrichtungen verfügen (Strom- und Wasseranschluss, Müllbehälter). Außerdem sollte die Nationalpark Gesäuse GmbH eine Grillmöglichkeit anbieten, die auch von RollstuhlfahrerInnen problemlos genutzt werden kann. Dabei muss eine Beeinträchtigung der Enns durch Abfälle bzw. Abwässer durch entsprechende Maßnahmen verhindert werden.

Aufstellung von möglichst vielen Sitzgelegenheiten im gesamten Nationalpark. Die Sitzgelegenheiten sollen bevorzugt an gut zugänglichen, landschaftlich schönen und ruhigen Plätzen aufgestellt werden. Sitzmöglichkeiten sollten über Armlehnen verfügen und auch für besonders beleibte Menschen nutzbar sein.

Befestigung des Schotterbereiches beim Weidendom. Derzeit ist der Boden des Weidendomes geschottert. Rollstühle können diesen Bereich nur nach dem Auflegen von Platten befahren. Daher sollte dieser Bereich befestigt werden.

Errichtung eines „Erste-Hilfe-Bereiches". An einer Stelle (z.B. beim Weidendom) sollte ein abgeschirmter Bereich geschaffen werden, der für Erstversorgungsmaßnahmen bzw. für notwendige Katheterisierungen verwendet werden kann. Entsprechende Liegen sollten bereitgestellt werden.

Weggestaltung im gesamten Nationalparkbereich. Alle von den BesucherInnen genutzten Wege im Nationalpark Gesäuse sollen mit einer verfestigten und glatten Oberfläche versehen werden. Im naturnahen Bereich sollen aber keine Asphaltierungen vorgenommen werden (alternativ z.B. Makadam-Belag).

Aufstellung von ausreichend Müllbehältern im gesamten NationalparkbesucherInnenbereich. Eine ausreichende Zahl von Müllbehältern ist wichtig, einerseits im Hinblick auf ansteigende BesucherInnenzahlen und andererseits für Menschen mit Behinderungen, um ihnen eine rasche Entsorgungsmöglichkeit für ihre Abfälle zu bieten.

Ankauf eines geländegängigen kleinen Elektromobils. Das Elektromobil soll für den Transport von Material bei Führungen (Verpflegung, Holzkohle etc.) sowie für den Personentransport bei Notfällen verwendet werden. Das Elektromobil soll im Bereich des Nationalparkpavillons stationiert werden.

Errichtung von Trinkwasserstellen. Zumindest im Bereich der bestehenden und geplanten WC-Anlagen sollte auch die Möglichkeit, Trinkwasser zu entnehmen, bestehen.

Herstellung von besseren Hörbedingungen für schwerhörige Menschen. Sämtliche bestehenden und geplanten akustischen Angebote (z.B. „Sprechende Buche", „Infopoints", „XEIS Guides") sollten als induktive Höranlagen verfügbar sein. Alle Innenräume, in denen sprachlich kommuniziert wird, sollen mit Akustikdecken ausgestattet werden.

Errichtung eines taktilen Leitsystems zu allen wesentlichen Einrichtungen des Nationalparks. Für blinde und sehbehinderte Menschen sollte ein taktiles Leitsystem zu den wichtigsten Anlagen im Nationalpark (WC-Anlagen, Infopoints, etc.) führen.

7.3 Öffentlicher Verkehr, An- und Abreise Mobilität in der Region

„Die Barrierefreiheit des öffentlichen Raums und der öffentlichen Verkehrsflächen ist für viele Menschen in Österreich eine Grundvoraussetzung, um am sozialen Leben teilnehmen zu können. Österreich hat es sich daher zum Ziel gesetzt, insbesondere in Bezug auf den barrierefreien Zugang zu Verkehrsmitteln im internationalen Vergleich eine Spitzenposition einzunehmen."[143]

Der öffentliche Verkehr als umweltfreundlicher Mobilitätsanbieter hat eine wichtige Rolle im Bereich Umweltschutz und soll daher eine Grundlage für die Angebote in der Region darstellen. Abgesehen von der Sicherheit des öffentlichen Verkehrs sind hier einige tragende Aspekte der öffentlichen Mobilität, die natürlich barrierefrei sein soll, noch hinzuzufügen, z.B. die Reduktion der Schadstoffbelastungen in der Luft sowie der Lärmemission, geringerer Platzbedarf und auch der mögliche Rückgang von Zweit- und Drittautos. Da aber der Individualverkehr offensichtlich den größten Teil der Mobilität abdeckt, liegt es sehr am Angebot und der Qualität des öffentlichen Verkehrs, hier zukünftig eine maßgebliche Rolle im barrierefreien Tourismus zu spielen. Die Tourismusregion Nationalpark Gesäuse sowie der angrenzende Bereich verfügen über Verkehrsträger, die bereits diese Voraussetzung erfüllen oder schrittweise an die Herausforderungen angepasst werden.

Im folgenden Abschnitt werden Maßnahmen vorgeschlagen, die im Abgleich der StakeholderInnenaussagen und der regional bestehenden Angebote (mit dem Ist-Stand) entstanden sind. Die Angebote des barrierefreien Tourismus sollen bereits die An- und Abreise, sowie die Mobilität während des Aufenthaltes in der Region als gesamtes Paket beinhalten.

Als erster Schritt für den barrierefreien Verkehr soll mit den bereits vorhandenen Verkehrsträgern über die zukünftigen Angebote des Nationalparks Gesäuse gesprochen werden. Die BesucherInnenzahlen von Menschen, die Barrierefreiheit benötigen, werden mit dem geplanten Angebot voraussichtlich steigen. Wenn es sich hierbei um größere Gruppen von Menschen mit Behinderung handelt, wird deren Transport mit den derzeitigen Verkehrsträgern schwer zu bewältigen sein. Für Einzelpersonen mit Begleitung dürfte das bestehende Angebot ausreichen, um in der Region mobil zu sein.

[143] Quelle: http://www.bmvit.gv.at/verkehr/gesamtverkehr/barrierefreiheit.html, aufgerufen am 15.04.2010

Einige unterschiedliche Szenarien der An- und Abreise mit den bereits bestehenden Verkehrsanbietern von einzelnen und auch mehreren Personen, bei denen barrierefreie Mobilität vonnöten ist:

- Für einen Eintagesausflug sollte die Anreise mit dem Zug nicht länger als 2 – 2 1/2 Stunden dauern. Mit dem nachfolgenden Linienbus oder ggf. einer Taxifahrt soll ein Zeitfenster von mehr als 3 Stunden auf keinen Fall überschritten werden. Das bedeutet, dass die Großräume Wien, Linz und Graz bereits die maximale Entfernung für Tagesausflüge mit dem öffentlichen Verkehr darstellen. Bei größeren Gruppen mobilitätseingeschränkter Personen braucht man für die Bewältigung der Strecke vom Bahnhof Liezen zum Nationalpark – mit derzeitigen Möglichkeiten – mehrere Fahrten. Daher wird vorgeschlagen, Menschen mit Behinderung so vorab zu informieren, dass sie sich rechtzeitig bei öffentlichen Mobilitätsanbietern anmelden – sofern sie eine Hilfestellung benötigen.
- Bei Aufenthalt über mehrere Tage kann die Anreise natürlich mehr Zeit in Anspruch nehmen als bei Eintagesausflügen. Grundsätzlich sieht der Ablauf gleich aus – der wesentliche Unterschied liegt nur darin, dass sich diese Personen während ihres Aufenthaltes in der Region ohne eigenes Verkehrsmittel fortbewegen müssen. Die Annahme steigender BesucherInnenzahlen von mobilitätseingeschränkten Personen stellt für die BetreiberInnen regionaler Taxiunternehmen vermutlich eine sehr große Herausforderung dar. Das Projektteam kann jedoch nicht abschätzen, ob diese Herausforderung auch zu bewältigen ist. Hier ist sehr wichtig, ein gutes Gesprächsklima mit den Verkehrsanbietern zu haben.

Sowohl beim Tagesausflug als auch beim mehrtägigen Urlaub sind direkte Verkehrsverbindungen ohne lange Wartezeiten wichtig. Wenn die Möglichkeit besteht, soll der reibungslose Ablauf vom Einsteigen zu Hause bis zum Aussteigen in der Zieldestination gewährleistet sein.

Maßnahmen, um das Angebot des barrierefreien Verkehrs in der Region zu vergrößern:

- Mit den bestehenden Busbetreibern für den Linienverkehr sollen zukünftige Varianten für den barrierefreien Verkehr abgestimmt werden, um Menschen mit Behinderungen (verschiedenster Art) eine optimale Nutzung zu ermöglichen. Wie schon in den Interviews von einigen StakeholderInnen angesprochen, soll hier nicht nur die Mitfahrt für mobilitätseingeschränkte Personen ermöglicht werden. In Bussen und auf Haltestellen ist es notwendig, die Besucher mit Anzeigen und akustischen Durchsagen (induktiv hörbar für Personen mit Hörapparat) zu informieren. Bei der Fahrplangestaltung sollte im Wesentlichen darauf geachtet werden, entsprechende Intervalle anzubieten.

Zukünftige Möglichkeiten der Region nutzen:

- Da nicht abzuschätzen ist, wie sich die BesucherInnenzahlen durch das neue Angebot des Nationalparks ändern werden, ist es vorerst nicht notwendig, zusätzliche Verkehrsträger in die Region zu holen. Eine Zusammenarbeit mit den bereits in der Region und im Umkreis vorhandenen Verkehrsträgern ist erstrebenswert.
- Ein vermehrtes Engagement, mehr Sonderzüge auf die bereits geschlossene Bahnstrecke (September 2009) durch das Gesäuse zu bringen, wird aufgrund der fehlenden Barrierefreiheit am Fahrzeugsektor (Nostalgiezüge) und den noch betriebenen Bahnhöfen und Haltestellen als sehr kostenintensiv eingeschätzt und daher nicht so leicht umzusetzen sein.
- Maßnahmen und Erweiterungen im Bereich der Linienbusse oder Rufbusse könnten bei Bedarf und Betrachtung ökonomischer Aspekte leichter umgesetzt werden, da es sich um „flexibel" einsetzbare Verkehrsträger handelt.

Weitere Möglichkeiten durch die Zusammenarbeit mit Reisebüros, Organisationen für SeniorInnen zum Thema barrierefreies Reisen:

- Angebote, die durch und mit Reisebüros gemacht werden, ermöglichen eine flexiblere Gestaltung, wobei auch hier auf die unterschiedlichsten Personengruppen eingegangen werden soll. Ebenso können Tagesausflüge einfacher durchgeführt werden, da nur ein Verkehrsträger für die Durchführung notwendig ist (die meisten Angebote werden mit Bussen durchgeführt).
- Gleiches trifft auch für die AnbieterInnen von Tagesausflügen für PensionistInnen zu. Jedoch sollte die Dauer der Anreise in Betracht gezogen werden, die für diese Personengruppe nicht länger als 2 Stunden betragen sollte. Über eine längere Fahrzeit kann im Einzelnen mit den Angebotsanbietern diskutiert werden.
- Wenn die Unterkünfte in der Region diese Anzahl von Personen – sowohl mit als auch ohne Behinderung – aufnehmen können, dann ist auch die Planung von Mehrtagesausflügen möglich.

Kooperationen mit den verschiedenen Mobilitätsanbietern sowie Freizeitanbietern (Reisebüros, Seniorenreisen, etc.):

Durch das neue Angebot des Nationalparks wird für die Reiseanbieter auch ein neuer Markt in der Region eröffnet. Daher ist es sehr wichtig, über die Barrierefreiheit auf allen Ebenen mit den jeweiligen Veranstaltern zu sprechen um Barrierefreiheit auch auf das „Produkt inklusive Mobilität" auszuweiten.

- Um den Betreibern des öffentlichen Verkehrs von Beginn an die Notwendigkeit und die ökonomischen Chancen aufzuzeigen, wäre es sinnvoll, die Verkehrsunternehmen der Region und Umgebung bei der Angebotsgestaltung mit einzubinden und diese Unternehmen auch gleichzeitig mitzubewerben. Dies könnte dann unter einem Schlagwort, wie z.B. „Ökotourismus" geschehen.

- Auch die Schaffung eines „Kombiticket Nationalpark“, das die Mobilitätsanbieter und umliegenden Unterkünfte im Angebot beinhaltet, ist sehr zu empfehlen.
- Als einer der größten Mobilitätsanbieter Österreichs könnten die ÖBB mit Bahn und Bus sowie mit dem Reisebüro „Rail Tours Austria“ einen weiteren Partner zur Angebotsgestaltung darstellen. So werden auch Spezialtickets wie z. B. das „Wedelweiß Ticket“ von „Rail Tours Austria“ angeboten.
- Weiters kann noch empfohlen werden, Reisebüros, die sich in ihren Angeboten bereits mit Barrierefreiheit befassen, für das Konzept des Nationalparks zu gewinnen.
- Seniorenreisen werden nicht nur von Reisebüros angeboten, sondern auch von Institutionen, wie dem Kuratorium für Wiener PensionistInnenwohnheime, das jährlich für über 10.000 Senioren Angebote erstellt und diese vermarktet.

Das Lebensministerium begrüßt unterstützende Maßnahmen, die den öffentlichen Verkehr und dessen umweltrelevante Auswirkungen betreffen. Dementsprechend gibt es auch Förderungsmöglichkeiten. Zusätzlich werden kostenlose Beratungen von VerkehrsexpertInnen für ein Verkehrskonzept mit dem Ziel der CO_2-Reduktion angeboten.

Eine wichtige Maßnahme für die Region würde die Weiterführung des bereits begonnenen Netzwerkes zwischen der Mobilitätszentrale (Mobil Zentral in Graz) und den Netzwerkpartnern Admont, St. Gallen, Eisenerz und den Wildalpen darstellen. Hier wurde eine gemeinsame Mobilitätsinformationsebene geschaffen, welche aber derzeit ruht. Für Reisende sind solche Informationsservicestellen von großer Bedeutung, da diese an einer Stelle alle nötigen Informationen erhalten, was wiederum einen besonderen Vorteil im Bereich Barrierefreiheit darstellt.

Infos für öffentliche Verkehrsanbieter:

Ganz besonders wichtig ist hier der Umgang mit den Menschen mit Behinderung. Buschauffeure und Taxilenker sollten einen freundlichen Umgang mit diesen Personen pflegen. Das gleiche gilt auch, wenn Begleitdienste angeboten werden.

Auch darf nicht vergessen werden, dass es blinden Menschen nicht möglich ist, ein Auto zu steuern. Daher sind diese besonders auf den öffentlichen Verkehr angewiesen und die Mitnahme eines Blindenhundes sollte schon bei der Anmeldung berücksichtigt werden.

7.4 Empfehlungen für Maßnahmen im Hinblick auf Barrierefreiheit im Umfeld des Nationalparks

Will der Nationalpark Gesäuse zur barrierefreien Ausflugs- und Urlaubsdestination werden, muss auch das Umfeld entsprechend vorbereitet und ausgestattet sein. Das bedeutet aber aktives Einwirken seitens des Nationalparks Gesäuse auf Geschäfte, Gastrono-

mie, BeherbergerInnen, Banken, Post, FriseurInnen und andere Freizeiteinrichtungen, also auf die komplette Infrastruktur in der Umgebung.

7.4.1 Sensibilisierung

Workshops mit VertreterInnen aus Politik und Tourismus

Die gesamte Region muss den barrierefreien Gedanken mittragen, damit er auch durchgängig umgesetzt werden kann. Die Gemeinden in der Nationalparkregion sollten durch die Präsentationsveranstaltung (Anm. der VerfasserInnen: nach Fertigstellung der vorliegenden Diplomarbeit) in das Thema eingeführt werden. In einem weiterführenden Gespräch sollten Meilensteine für die schrittweise Umsetzung des Themas „Barrierefreie Nationalparkregion" festgelegt werden. Die BesitzerInnen von Beherbergungsbetrieben und Gastronomie müssen ebenfalls in regelmäßige Workshops und Besprechungen eingebunden werden.

Ein „World-Café" als Startschuss

Gut geeignet als Einstiegsveranstaltung für das Thema ist ein sogenanntes „World-Café", eine Workshop- und Dialogmethode, die auf vorher ausgearbeiteten Fragestellungen beruht, zu denen dann unter Anweisung der „GastgeberInnen" auf „Tischen" diskutiert wird. Hierbei steht weniger die Sammlung von neuen Ideen als die Auseinandersetzung mit dem Thema Barrierefreiheit im Vordergrund. Dazu werden alle StakeholderInnen wie Bürgermeister, Bezirkshauptmänner, LandesrätInnen, VertreterInnen aus dem Fremdenverkehr und Behindertenorganisationen eingeladen. Folgende 5 Tische könnte es beispielsweise im World-Café „Barrierefreiheit" geben:

- Infrastruktur
- Programm für/mit Schulen
- Politik
- Sensibilisierung/Schulung Personal
- Innovative Angebotspackages

Der/die Moderator/in erklärt am Beginn die Arbeitsweise und achtet auf das Zeitmanagement. Jeder Einfall wird mit beigelegten Markern auf die Papiertischdecke geschrieben. Jede/r Teilnehmer/in muss einmal an jedem Tisch gesessen sein. Den Abschluss des World-Cafés bildet die Reflexionsphase.

Information der Bevölkerung

Ein wesentlicher Punkt ist sicher auch das Heranführen und Informieren der Bevölkerung. Geeignete Medien dafür sind die Gemeindezeitungen, in denen ein zumindest einseitiger, durch Bilder und/oder Grafiken unterstützter Artikel das Vorhaben vorstellt, und die Regionsbroschüre „Alpenregion Nationalpark Gesäuse", die vom Tourismusverband Alpenre-

gion Nationalpark Gesäuse herausgegeben wird. Außerdem sollten an öffentlichen Stellen wie Gemeindeämtern, Supermärkten oder Trafiken Folder und Infobroschüren aufgelegt werden.

Der Nationalpark Gesäuse könnte auch aktiv auf die Bevölkerung zugehen und diese bitten, ihn bei der BesucherInnenbetreuung zu unterstützen. Ein Pool an freiwilligen HelferInnen, die BesucherInnen in größeren Städten mit dem Zug oder Bus abholen, soll aufgebaut werden. Damit werden An-/Abreise und Aufenthalt für die BesucherInnen vereinfacht.

Schulung von MitarbeiterInnen

Sehr wichtig ist auf jeden Fall die entsprechende Schulung der MitarbeiterInnen der Betriebe. Kompetentes und hilfsbereites Servicepersonal ist ein wichtiger „Ankerpunkt“ in der Reise bzw. im Ausflug eines Menschen mit Behinderung und bleibt auch sehr positiv in Erinnerung. Entscheidend ist hierbei das richtige Mittelmaß zwischen Hilfestellung und Mitgefühl zu vermitteln, wofür es aber entsprechende Schulungen z.B. bei CEDOS CFS – Consulting, Franchise & Sales GmbH (siehe dazu http://www.cedos.at/de/Produkte/) gibt.

Durch Exkursionen in Regionen, in denen barrierefreier Tourismus schon angeboten wird, können heimische Betriebe zusätzlich Ideen sammeln. Gut geeignet sind nach Meinung der VerfasserInnen dafür das Fränkische Seenland in Deutschland oder Südtirol, wo es schon ein vielfältiges barrierefreies BesucherInnenangebot gibt.

Die MitarbeiterInnen sollen aber nicht nur im „richtigen“ Umgang mit Menschen mit Behinderungen geschult sein, sondern auch kompetent Auskunft über das jeweilige Angebot geben können, da sie vor Ort eine wichtige Anlaufstelle für BesucherInnen und Gäste darstellen.

Die Kosten für Schulungen und/oder Exkursionen der MitarbeiterInnen müssten die Betriebe selbst übernehmen.

Projekte mit Schulen

Um schon Kinder spielerisch mit dem Thema Barrierefreiheit vertraut zu machen, sollten SchülerInnen aus Schulen in der Umgebung im Zuge von Projekttagen zusammen mit Menschen mit Behinderungen die Natur im Nationalpark Gesäuse erforschen können. Damit wird den SchülerInnen gezeigt, wie ein „Naturerlebnis für alle“ aussehen kann bzw. Barrieren schon im Kopf abgebaut werden können. Denn, wer von klein auf an Menschen mit Behinderungen gewöhnt ist, wird sie als gleichwertigen Teil der Gesellschaft akzeptieren.

7.4.2 Gebäude

Eine finanziell sehr gewichtige Entscheidung ist jene, welche baulichen Maßnahmen entlang der Infrastruktur (Gebäude, Straßen, öffentliche Verkehrsmittel) in der Region umgesetzt werden müssen. Barrierefreiheit bedeutet mehr als den berollbaren Zugang ins Ho-

tel, die Gaststätte oder das Geschäft. Begonnen werden sollte mit einer adäquaten Parkmöglichkeit in entsprechender Breite, die über der von den Normen vorgeschriebenen liegt, damit genügend Spielraum zum Rangieren des Rollstuhls oder Kinderwagens ist.

Neben der passenden Zugangsmöglichkeit ins Gebäude mit taktilen Leitsystemen, farblich gekennzeichneten Stufen und Rampen, geht es darum die Gebäude „durchgängig" barrierefrei zu machen. Dazu zählen auch die Unterfahrbarkeit von Tischen und Informationspulten für RollstuhlfahrerInnen, der Zugang zu allen Bereichen eines Hauses oder in Hotels oder Pensionen, vor allem aber auch die Benutzbarkeit von Sanitärräumen für Menschen mit Behinderungen.

Im Bundesland Steiermark sind die Fachabteilung 17A – Referat Bautechnik und Gestaltung – sowie in der Landeshauptstadt Graz die Stadtbaudirektion Graz, Referat Barrierefreies Bauen, für die barrierefreie bauliche Gestaltung zuständig. Die Stadtbaudirektion Graz, Referat Barrierefreies Bauen, hat eine Broschüre mit dem Titel „Barrierefreies Bauen" herausgegeben, die aus dem Internet heruntergeladen werden kann. Sie bietet Planungsgrundlagen in den Bereichen baulich ergonomische Grundlagen, allgemeine Bauteile, öffentliche Bereiche (hier werden u.a. Gastronomie und Hotelzimmer beschrieben) sowie anpassbarer Wohnbau (Mindeststandards für schon bestehende Gebäude).

7.4.3 Informationen

Die Informationen über das barrierefreie Angebot entlang der „touristischen Servicekette" sollen möglichst vollständig in Wort und Bild auch im Internet abrufbar sein. In den Internetseiten soll auch die Schriftgröße einstellbar und ausreichend Kontrast vorhanden sein. Außerdem sollten auch die Texte durch die richtige Wortwahl (Vermeidung von Fremdwörtern, lange zusammengesetzten Wörtern, Passivformen bei Verben etc.) leicht lesbar und die Sätze nicht zu lange formuliert sein. An dieser Stelle möchten die AutorInnen noch einmal auf die Fibel „HALT – Leichte Sprache", herausgegeben vom „Netzwerk Leichte Sprache", verweisen.

Aufgrund der Vorabinformationen und Auskünfte sollen Interessierte abschätzen können, ob sie einen Ausflug mitmachen oder ein Angebot nutzen können.

Informationen sollen nicht nur vorab im Internet abrufbar sein, sondern Interessierte müssen sich auch an verschiedenen Orten der ganzen Region informieren können. So sollten Prospekte auf Gemeindeämtern, in Supermärkten oder auch Trafiken aufliegen. Zunächst soll ein spezieller Folder für die barrierefreien BesucherInnenangebote im Nationalpark Gesäuse werben, weiterführend sollte der Inhalt dieser Werbebroschüre aber in das vorhandene Infomaterial eingearbeitet werden.

7.4.4 Zusätzliche barrierefreie Angebote

Neben der Möglichkeit essen („Genussregion Gesäuse Wild") und einkaufen zu gehen, sollen weitere barrierefreie Angebote das Umfeld des Nationalparks Gesäuse für Menschen mit Behinderungen besser erleb- und nutzbar machen.

Kunst und Kultur bieten u.a. das Benediktinerstift Admont und das Landschaftsmuseum Schloss Trautenfels, die beide bereits teilweise barrierefrei sind.

In Gams bei Hieflau, Hall bei Admont und Großreifling gibt es Reitbetriebe, Rafting wird an Enns und Salza angeboten. Weniger aufregenden Wassersport bieten die zahlreichen Bäder und Saunen. Ob die Betriebe für Menschen mit Behinderungen tauglich sind, müsste noch überprüft werden.

Wer sich gerne die Größen der Leinwände ansehen möchte, kann in Liezen ins Kino gehen. Sowohl das „alte“ Kino Liezen also auch das „Star Movie Liezen“ sind für RollstuhlfahrerInnen geeignet.

7.4.5 Kosten und zeitlicher Rahmen

Für alle baulichen Maßnahmen ist es sehr schwer, Kosten und Umsetzungszeit abzuschätzen. Um ein Gebäude behindertengerecht anzupassen, werden von der schweizerischen Fachstelle für behindertengerechtes Bauen in einer Studie[144] Ausgaben von ca. 3,5 % des Gebäudewerts (abhängig von Größe und Art des Gebäudes) veranschlagt. Die Umsetzungszeit dauert ca. 3-6 Monate.

Bei Neubauten können die Investitionsmehrkosten diese angegebenen 3,5 % auch weit unterschreiten.[145]

[144] Vgl. Schweizerische Fachstelle für behindertengerechtes Bauen (2004): Hindernisfrei in Franken und Rappen, S.6
[145] Vgl. ebenda, S.4

7.5 Entwicklung konkreter Angebote und deren Bewerbung

7.5.1 „Ein besonderer Tag im Nationalpark Gesäuse“ – eine integrative Eintagesführung

7.5.1.1 Kurzbeschreibung

Eine Gruppe – bestehend aus TeilnehmerInnen mit und ohne Behinderung – erlebt einen gemeinsamenTag im Nationalpark Gesäuse. Dabei werden die Einrichtungen „Weidendom“, „Lettmair Au“, „Rauchbodenweg“ sowie der „Nationalparkpavillon“ in Gstatterboden in das Programm einbezogen. Diese BesucherInneneinrichtungen sind in Kapitel 4.5 näher beschrieben. Die Gruppe wird von einem, im Hinblick auf Barrierefreiheit ausgebildeten, Nationalparkranger geführt bzw. betreut. Um einen reibungslosen Ablauf des Programms sicherzustellen, bedarf es einer umfassenden Vorabinformation bezüglich der Bedürfnisse der TeilnehmerInnen und einer daraus resultierenden professionellen Vororganisation.

7.5.1.2 Das Konzept

Das Grundkonzept des „Miteinander“ steht bei diesem Angebot „integrative Führungen“ an erster Stelle. Die offene Atmosphäre, in der sich die TeilnehmerInnen mit oder ohne Behinderungen begegnen, macht das Besondere dieses Angebotes aus. Bei integrativen Führungen kommt die psychologische Komponente – „Ich bin nicht abgestempelt als Behinderte/r“ – positiv zum Tragen. Dies wird von den Betroffenen oft als eine Art „Freiheit“ gesehen. Andererseits lernen BesucherInnen ohne Behinderungen bei diesem Konzept deutlich, die Sorgen und Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen zu erkennen. Selbstverständlich müssen die eingesetzten FührerInnen (Nationalparkranger) für die Durchführung von integrativen Gruppenführungen speziell pädagogisch ausgebildet sein. Die Gruppengröße richtet sich nach der Gruppenzusammensetzung bzw. den Ansprüchen und etwaigen Behinderungsformen der TeilnehmerInnen. Die Personenanzahl pro betreuter Gruppe sollte aber 17 Personen nicht überschreiten. Diese Gruppenteilungszahl hat sich bei Führungen im Nationalpark in den letzten Jahren bewährt.

7.5.1.3 Möglicher Ablauf

Von den VerfasserInnen dieser Diplomarbeit kann der gegenständliche Angebotsvorschlag „integrative Führungen“ nur grob skizziert werden. Ein Detailprogramm richtet sich nach der Gruppengröße, den speziellen Bedürfnissen der Teilnehmer infolge ihrer Behinderung, sowie der Jahreszeit und den aktuellen Wetterverhältnissen. Nur eine perfekte Organisation, sowohl vor als auch während der Veranstaltung, kann einen reibungslosen und erfolgreichen Verlauf gewährleisten.

Treffpunkt für dieses Gruppenangebot der „integrativen Führung“ ist in der Früh beim Weidendom. Damit alle TeilnehmerInnen aus den Ballungsräumen Graz und Linz rechtzeitig anreisen können, sollte die Führung nicht vor 9 Uhr beginnen. Am barrierefreien

Parkplatz werden die TeilnehmerInnen vom Nationalparkranger bereits erwartet. Unmittelbar neben dem Parkplatz befinden sich die barrierefreien WC Anlagen. Nun stellt der Ranger das Programm des bevorstehenden Tages im Nationalpark Gesäuse ausführlich vor und schafft somit bei den BesucherInnen Vertrauen und Sicherheit, weil sie wissen, was sie erwartet. Bis zur Vormittagsjause steht die Forschungswerkstatt beim Weidendom mit dem Erlebnisbereich „Ökologischer Fußabdruck“ (Fertigstellung Sommer 2011) am Programm (vgl. Kapitel 4.5). Durch den interaktiven Charakter dieser Umweltbildungsstationen können auf spielerische Art etwaige Hemmschwellen bezüglich des gegenseitigen Umganges unter den TeilnehmerInnen abgebaut werden. Die Gruppe findet zueinander, wodurch gegenseitiges Vertrauen und Verständnis aufgebaut wird.

Nach der Jause, die je nach Witterung im oder vor dem Weidendom eingenommen wird, startet die Gruppe mit der Wanderung am „Rauchbodenweg“. Sollten RollstuhlfahrerInnen dabei sein, gibt es vorher noch eine Einweisung in allenfalls notwendige SWISS•TRACs (vgl. Kapitel 7.2.4), die vom Nationalpark für dieses Angebot zur Verfügung gestellt werden. RollstuhlfahrerInnen sollen aber auch durch diese integrative Führung finanziell nicht stärker belastet werden als die übrigen TeilnehmerInnen. Daher sollten die SWISS•TRACs kostenlos zur Verfügung gestellt werden. Die Nutzung dieser Geräte verursacht allerdings Fix- bzw. laufende Betriebskosten. Um das Nationalpark-Budget nicht zusätzlich zu belasten, sollte eine Partnerschaft mit SponsorInnen eingegangen werden, damit diese die laufenden Kosten pro SWISS•TRAC tragen. Die Einweisung zur richtigen Benutzung der SWISS•TRACs kann ebenfalls „integrativ“ erfolgen. Auch TeilnehmerInnen, die keinen Rollstuhl benötigen, sollen den Umgang mit den Geräten erlernen. Durch diese Einschulung einander näher gekommen, wandert die Gruppe zum Rauchbodenweg. Auf halber Wegstrecke befindet sich ein überdachter Rastplatz mit WC-Anlagen, rollstuhlunterfahrbaren Tischen sowie ausreichend Sitzmöglichkeiten (vgl. Kapitel 7.2.1). Es wird nun gemeinsam gepicknickt. Für die Mittagspause sollte ausreichend Zeit veranschlagt werden, damit sich alle TeilnehmerInnen nach dem Essen ausrasten und erholen können.

Der frühe Nachmittag könnte in der Nähe des Rastplatzes für gruppenpädagogische Programme zur Umweltbildung genutzt werden, ehe man die Wanderung bis zum Endpunkt des Rauchbodenweges, dem Nationalparkpavillon in Gstatterboden, fortsetzt. Im Restaurant des Pavillons stärken sich die TeilnehmerInnen bei Kaffee und Kuchen. In einer abschließenden Feedbackrunde haben die BesucherInnen die Möglichkeit über ihre Eindrücke und Erlebnisse zu sprechen, ehe es zu einer herzlichen Verabschiedung kommt. Für den Austausch von Adressen, Telefonnummern etc. sollte ebenfalls ein Zeitfenster vorgesehen werden.

Adaptionen bezüglich des Ablaufes:

Alternativ zum Programm beim Weidendom bzw. beim „Ökologischen Fußabdruck“ am Vormittag bis zur Jause, könnte auch der Themenweg Lettmair Au begangen werden. Der Zeitaufwand für diese Alternative würde in etwa dem des Weidendomprogramms bzw. des Programms beim „Ökologischen Fußabdruck“ entsprechen.

Je nach Interesse der TeilnehmerInnen könnte nach dem Mittagessen anstelle diverser gruppenpädagogischer Aktivitäten auch die gemeinsame Nutzung der „XEIS Guides“ (vgl. Kapitel 7.2.3) am Programm stehen. Dies könnte etwa in Form einer kurzen Gruppen-Quizrallye mit Anwendung der „XEIS Guides“ angeboten werden. Selbstverständlich müssten die Geräte im Hinblick auf unterschiedlichste Behinderungsformen adaptiert werden. Gerade die „XEIS Guides“ bieten sich als Wissensmedium für Personen mit unterschiedlichsten Formen von Behinderung an. Sie sind bei entsprechender Programmierung auch von sehbehinderten, blinden und gehörlosen Personen anwendbar.

Je nach Konstitution bzw. Mobilität müssten gegebenenfalls am frühen Nachmittag einzelne Personen mit einem geländegängigen kleinen Elektromobil (z.B. als viersitzige Version) nach Gstatterboden geführt werden. Der Transport sollte aber nicht losgelöst von der Gruppe erfolgen. Womöglich könnten diejenigen TeilnehmerInnen, welche das Elektromobil in Anspruch nehmen, eine aktive Rolle bei der inhaltlichen, pädagogischen Gestaltung der Wanderung nach Gstatterboden übernehmen.

7.5.1.4 Zu berücksichtigende organisatorische Aspekte

Die Buchung dieses Angebotes erfolgt über das eigene Reisebüro des Nationalparks. Der letztmögliche Buchungstermin ist so festgesetzt, dass für die organisatorischen Vorkehrungen durch die Nationalpark-Angestellten ausreichend Zeit verbleibt.

Dazu zählen:

- Das Einkaufen von Lebensmitteln für das Mittagspicknick am Rauchbodenweg
- Die Reservierung allenfalls benötigter SWISS•TRACs
- Die Reservierung der nötigen Anzahl an „XEIS Guides“ (je nach Behinderungsformen etc.)
- Die Reservierung eines nationalparkeigenen PKWs für den Transport der PKW Lenker vom Endpunkt der Wanderung in Gstatterboden zum Ausgangspunkt beim barrierefreien Weidendomparkplatz.
- Vorbereitung des Picknicks durch zusätzliches Personal. Diese Tätigkeiten könnten von jenen PraktikantInnen oder VolontärInnen durchgeführt werden, die beim Weidendom beschäftigt sind.

Der Transport der für das Picknick benötigten Materialien von Gstatterboden zum Rastplatz beim Rauchbodenweg könnte ebenfalls durch die Praktikanten oder Volontäre mit dem oben erwähnten Elektromobil erfolgen.

Bei der Buchung erhalten alle TeilnehmerInnen ein Infoblatt (selbstverständlich auch per E-Mail möglich), welches eine exakte Anfahrtsbeschreibung, die Parkplatzsituation, den genauen Ablauf der Führung, die Telefonnummer des Rangers sowie etwaige weitere relevante Informationen (Telefonnummer und Adresse der nächst gelegenen Apotheke, des Arztes, Einkaufsmöglichkeiten etc.) beinhaltet.

7.5.1.5 Sensible Aspekte in Zusammenhang mit unterschiedlichen Behinderungsformen

Bei Menschen mit schwererer Behinderung sind integrative Führungen aus Sicht mehrerer befragter StakeholderInnen oft logistisch bzw. technisch sehr schwer durchführbar. Mehrere StakeholderInnen empfehlen in diesem Fall, Spezialführungen anzubieten. Die Verfasser-Innen schlagen vor, dass der Nationalpark zu dieser Frage zu einem „Runden Tisch" laden sollte. Durch die Diskussionen mit erfahrenen oder direkt betroffenen Personen könnten machbare Lösungen für integrative Führungen erarbeitet werden.

Ranger sollten bei integrativen Führungen sehr sensibel vorgehen. Bereits bei der Buchung sollte man „vorsichtig" nach den individuellen Bedürfnissen der TeilnehmerInnen fragen, um dann die nötigen organisatorischen Vorkehrungen treffen zu können.

Integrative Führungen (also Führungen für Menschen mit Behinderungen) unterscheiden sich zumeist durch besondere Bedürfnisse der TeilnehmerInnen von herkömmlichen Führungen sehr deutlich. Darüber und über die Art der Vorgehensweise bei einer integrativen Führung sollten die TeilnehmerInnen, welche keine Behinderung haben, schon bei der Buchung durch das nationalparkeigene Reisebüro informiert werden.

Zur Meinung mehrerer StakeholderInnen, *„dass der Nationalpark keine Führungen für Gruppen anbieten sollte, deren TeilnehmerInnen sich hinsichtlich der Behinderungsform gegenseitig ausschließen (z.B. blinde und gehörlose Menschen)"* geben die VerfasserInnen zu bedenken:

Da gerade das Konzept der „integrativen Führungen" möglichst niemanden ausschließen sollte und somit das „Gemeinsame" vor dem „Trennenden" steht, sollte es allen möglich sein, dass sie an gemeinsamen, integrativen Führungen teilnehmen können. Durch Einbeziehung der „XEIS Guides" mit ihren unterschiedlichen Anwendungen (akustische und optische Ausgabe), der Bereitstellung von SWISS•TRACs sowie der Tatsache, dass Gebärdensprachendolmetscher selbstverständlich ebenfalls kostenlos an der Führung teilnehmen können (vgl. Kapitel 0), schafft der Nationalpark sehr gute Rahmenbedingungen für integrative Führungen. Unterschiedliche Behinderungsformen schließen sich aus Sicht der VerfasserInnen demnach nur in Ausnahmefällen hinsichtlich einer gemeinsamen Teilnahme an der Führung aus.

7.5.1.6 Zielgruppe

Dieses spezielle Angebot richtet sich an Einzelpersonen, Familien und Singles mit Kind(ern) oder kleinere Gruppen (bis ca. 5 Personen). Somit schafft man die Voraussetzung für sogenannte „gemischte Gruppen" mit maximal 15 TeilnehmerInnen. Menschen ohne Behinderung (egal welcher Altersstufe) sollen genauso angesprochen werden, wie Personen mit Behinderung oder SeniorenInnen.

7.5.1.7 Bewerbung des Angebotes

Das Thema „barrierefreie BesucherInnenangebote" stellt ein neues Segment im Bildungsportfolio der Nationalpark Gesäuse GmbH dar. Daher müssen in diesem Zusammenhang seitens des Nationalparkteams noch umfangreiche Erfahrungen im Rahmen der Organi-

sation und Durchführung von „integrativen Führungen“ gesammelt werden. Die VerfasserInnen empfehlen deshalb das oben beschriebene Angebot „integrative Führungen“ vorerst großteils über die bereits vorhandenen Kommunikations- und Distributionskanäle des Nationalpark Gesäuse bewerben bzw. vertreiben zu lassen. Folgende Werbemedien sollten in diesem Zusammenhang zur Bewerbung des Angebotes genutzt werden:

- Jahresprogramm des Nationalpark Gesäuse
- Regionsbroschüre der „Alpenregion Nationalpark Gesäuse“ (Herausgeber Tourismusverband Alpenregion Nationalpark Gesäuse)
- Gruppenangebotsbroschüre (Herausgeber Tourismusverband Alpenregion Nationalpark Gesäuse in Zusammenarbeit mit dem Nationalpark Gesäuse, dem Benediktinerstift Admont sowie dem Naturpark Eisenwurzen)
- Nationalparkeigenes Magazin „Im Gseis“ (erscheint zweimal jährlich)
- Website des Nationalpark Gesäuse: www.nationalpark.co.at

Darüber hinaus könnten einschlägige Webplattformen bzw. Zeitschriften diverser Behindertenorganisationen die Bewerbung dieses Angebotes durchführen.

Folgende „Informationskanäle“ würden sich anbieten:

- Steiermark für alle unter www.steiermark.com/fuer-alle
- Infoplattform Barrierefreier Tourismus Österreich IBFT unter www.ibft.at
- Achtung Stufe! Das Portal für RollstuhlfahrerInnen aus Österreich unter www.rollstuhl.at
- Oberösterreich ohne Handicap unter http://www.oberoesterreich.at/nohandicap/
- Tirol ohne Handicap unter http://www.tirol.at/xxl/de/772164/index.html
- "Behinderte Menschen – Zeitschrift für gemeinsames Leben, Lernen und Arbeiten"
- „Paraplegiker – das Nachrichtenmagazin d. Querschnittgelähmten“

7.5.2 „Kurzurlaub vom Auto“ – ein integratives Zweitagespauschalangebot

7.5.2.1 Kurzbeschreibung

Wie das Eintagesangebot „integrative Führung“ richtet sich auch diese Pauschale sowohl an Menschen ohne Behinderung, als auch an Personen mit Behinderung. Die gemeinsame An- und Heimreise mit der Bahn ist bereits wesentlicher Bestandteil dieses zweitätigen Angebotes. Neben einer Führung im Nationalpark am ersten Tag, wird ein kurzweiliges Abendprogramm sowie am nächsten Tag ein Kontrastprogramm, wahlweise mit dem Schwerpunkt „Kultur“„ Sport“ oder „Kunst“, angeboten.

7.5.2.2 Das Konzept

Das Grundkonzept des „Miteinander“ – also der integrative Ansatz – steht auch bei diesem Angebot an erster Stelle. Während aber die An- und Abreise beim oben beschriebenen Eintagesangebot (vgl. Kapitel 7.5.1) individuell durch die TeilnehmerInnen erfolgt (zumeist mit dem PKW), erfolgt bei der Zweitagespauschale die An- und Heimreise gemeinsam mit der Bahn. Während des zweitägigen Aufenthaltes wird die Mobilität in der Region, je nach Ausrichtung des Programms, entweder mit regionalen Rufbustaxis oder mit Bussen im Rahmen des regulären ÖV-Fahrplanes (zumeist wird ein Zweistunden-Bustakt angeboten) ermöglicht.

7.5.2.3 Möglicher Ablauf

Als Hauptzielmärkte für dieses Angebot bieten sich die Städte Wien, Graz, Linz, St. Pölten und Salzburg an. Pünktlich treffen sich die TeilnehmerInnen morgens am Bahnhof einer dieser Städte und werden bereits von zwei speziell ausgebildeten Nationalparkrangern in Empfang genommen. Selbstverständlich wurden seitens des nationalparkeigenen Reisebüros, bei dem auch die Buchung erfolgte, die Sitzplatzreservierungen (auch im Hinblick auf mitreisende RollstuhlfahrerInnen) vorgenommen. Gemeinsam fahren alle TeilnehmerInnen mit der Bahn nach Liezen. Natürlich besteht auch die Möglichkeit, dass weitere TeilnehmerInnen unterwegs in anderen Bahnhöfen zusteigen. Die Anreise mit verschiedenen Zügen ist aber nicht vorgesehen, da – wie gesagt – die gemeinsame Fahrt mit der Bahn bereits wesentlicher Bestandteil dieses integrativen Angebotes ist. Während der Fahrt lernen sich die TeilnehmerInnen näher kennen und können bestehende Hemmschwellen bezüglich des gegenseitigen Umganges schon während der Fahrt abbauen. In Liezen steigt die Gruppe in den Bus Richtung Gesäuse. In Admont wartet bereits das gebuchte barrierefreie Rufbustaxi für die Fahrt in den Nationalpark. Mobilitätseingeschränkte TeilnehmerInnen brauchen ihr Gepäck nicht selbst tragen, die TeilnehmerInnen sowie die beiden Nationalparkranger helfen selbstverständlich gerne.

Nach einer gemeinsamen Jause beim Weidendom verbringt die Gruppe einen gemeinsamen Tag im Nationalpark. Die inhaltliche Programmgestaltung ist demnach vergleichbar mit der der Eintagesführung (vergleiche Kapitel 7.5.1). Am späten Nachmittag fahren alle mit dem Rufbustaxi ins barrierefreie Hotel Schloss Röthelstein bei Admont. Der Abend auf Schloss Röthelstein steht dann im Zeichen von Erholung, Spaß und Geselligkeit. Auf Wunsch kann ein Film oder eine Multivision über den Nationalpark aufgeführt werden, zum Beispiel die spektakuläre 3-D Schau „Die Zukunft ist wild“ (Dauer ca. 20 Minuten).

Am nächsten Vormittag steht die Besichtigung des Museums im Benediktinerstift Admont mit der weltgrößten Stiftsbibliothek auf dem Programm. Nach dem gemeinsamen Mittagessen im „Stiftskeller“ können die TeilnehmerInnen ihre Zeit individuell – je nach Interesse – nutzen, entweder in Form eines Spazierganges im Klostergarten oder bei Kaffee oder Eis im Nationalparkpartnerbetrieb „Konditorei Stockhammer“ im Ortszentrum von Admont.

Am frühen Nachmittag tritt die Gruppe auf reservierten Sitzplätzen die gemeinsame Heimfahrt an und wird selbstverständlich wieder von den beiden Nationalparkrangern begleitet.

Bei einer abschließenden Feedbackrunde im Zug werden Eindrücke und Erlebnisse ausgetauscht, ehe sich am Zielbahnhof die TeilnehmerInnen voneinander verabschieden.

Adaptionen bezüglich des Ablaufes:

Alternativ zum Programm im Benediktinerstift Admont könnte am zweiten Tag auch ein sportliche Aktivität oder ein Programm in Zusammenhang mit „Kunst oder Kreativität" angeboten werden.

Beispielhaft wäre zu nennen:

- Bogenschießen
- Reiten
- Aquarellmalen in der Natur
- Schafwollfilzen am Bauernhof

7.5.2.4 Zu berücksichtigende organisatorische Aspekte

Wie beim „integrativen Eintagesangebot" sollte auch dieses Angebotes über das eigene Reisebüro des Nationalparks gebucht werden. Dadurch können alle organisatorischen Vorkehrungen getroffen werden, damit das Zweitagesprogramm inkl. der Nächtigung und Verpflegung erfolgreich durchgeführt werden können. Einen zusätzlichen organisatorischen Aufwand stellt die Buchung aller benötigen öffentlicher Verkehrsmittel inkl. Sitzplatzreservierung und Logistik für mögliche RollstuhlfahrerInnen dar. Die An- und Abreise mit der Bahn bzw. Bus sollte aber auf alle Fälle in der all. inkl. Pauschale dieses zweitätigen Angebotes enthalten sein. Den TeilnehmerInnen werden dadurch der Kauf der Bahn- und Buskarten, die Sitzplatzreservierung sowie der Gepäcktransport ab Wohnadresse durch das Nationalparkreisebüro abgenommen.

Aus organisatorischen Gründen sollten – je nach Gruppengröße – ein bis zwei Nationalparkranger die Gäste auf der Bahn- bzw. Busfahrt begleiten vor allem um Assistenz und Hilfestellung während der Fahrt und beim Umsteigen geben zu können. Dieses Service der Nationalparkranger wirkt sich natürlich finanziell aus (Bahnticket für jeweils 2 Personen sowie Stundenaufwand für jeweils 2 Personen). Diese Kosten müssten entweder die TeilnehmerInnen in Form des all. Inkl. Pauschalpreises tragen, oder vom Nationalpark – ohne Beaufschlagung des Preises – übernommen werden.

Die VerfasserInnen empfehlen in diesem Zusammenhang, dass der Nationalpark versuchen sollte, einige Personen aus der Region zu motivieren, auf ehrenamtlicher Basis hin und wieder Menschen mit Behinderungen bei der Urlaubsreise mit der Bahn bzw. dem Bus ins Gesäuse zu begleiten.

7.5.2.5 Zielgruppen, Zielmärkte, Bewerbung

Zielgruppen für dieses Angebot sollen gleich wie beim weiter oben beschriebenen Eintagesangebot (vgl. Kapitel 7.5.1) beworben werden. Als Zielmärkte kommen aber infolge der integrierten Bahnreise lediglich die Städte Wien, Linz, Graz, Salzburg, St. Pölten bzw. die Regionen entlang dieser Bahnstrecken ins Gesäuse in Betracht.

7.5.3 „Integrationsklassen kommen in den Nationalpark“ – integrative Freizeit- und Outdoorangebote

7.5.3.1 Begriffsdefinition „Integrative Pädagogik“

„Unter dem Begriff integrative Pädagogik wird die Einbeziehung besonderer Eigenschaften, Verhaltens- und Denkweisen in das Bildungs- und Erziehungssystem gefasst.“[146] Im Zusammenhang mit der Sonderpädagogik wird die integrative Pädagogik als Integration benachteiligter Schüler gesehen.

„Im schulischen Bereich unterscheidet man zwischen zielgleicher und zieldifferenter Integration. Bei zielgleicher Integration streben alle Schüler das gleiche Bildungsziel an, bei zieldifferenter Integration wird ein Bildungsziel an die Fähigkeiten eines Schülers (etwa bei geistiger Behinderung) angepasst.“[147]

7.5.3.2 Das Konzept

Das Grundkonzept der „Integrativen Pädagogik“ bzw. der „Integration“ steht bei den im Folgenden beschriebenen Vorschlägen für halb- bzw. eintägige Schulprojektmodule für Integrationsklassen im Zentrum der Betrachtung. Aus Sicht der VerfasserInnen würden die Vorschläge sehr gut in das Schulprojektangebot des Nationalparks integrierbar sein.

„Integration findet statt, wenn alle Menschen einen gleichberechtigten und selbstbestimmten Zugang zu allen Lebensbereichen haben. Die entsprechenden Rahmenbedingungen und Mittel sind zur Verfügung zu stellen. Integration beinhaltet das Recht auf Anderssein und ist unteilbar.[148]

Die praktische Umsetzung von Integration setzt ein theoretisches Verständnis von Integration voraus. Es geht dabei um eine umfassende gesellschaftliche Teilhabe in allen Lebensbereichen. Das Leben sollte so normal wie möglich geführt werden, wobei es sozusagen nicht ums „Gleichmachen“ geht, sondern um eine gleichberechtigte Teilhabe. Dabei soll in unserem Fall grundsätzlich jede/r SchülerIn mit einer Behinderung teilnehmen können. Sie/er soll dabei so akzeptiert werden, wie sie/er ist. Ihre/seine Lebenswirklichkeit ist dabei angemessen zu berücksichtigen. Förderung und Therapie dürfen keine Ausgrenzung und sozialen Ausschluss nach sich ziehen. Alle Maßnahmen müssen auf den einzelnen Menschen ausgerichtet sein, und seine Wünsche, Bedürfnisse und Besonderheiten müssen einbezogen werden. Die Strukturen müssen sozusagen den Bedürfnissen der Betroffenen untergeordnet werden. Betroffene sind demnach ExpertInnen in eigener Sache und bestimmen, was für sie gut ist. Erziehung, Bildung und Freizeitgestaltung muss im unmittelbaren Lebensumfeld ermöglicht werden.[149]

[146] Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/Integrative_P%C3%A4dagogik; aufgerufen am 30.5.2010
[147] Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/Integrative_P%C3%A4dagogik; aufgerufen am 30.5.2010
[148] Quelle: Schwarz (2010), S. 5
[149] Vgl. Schwarz (2010), S. 5

7.5.3.3 Vorschläge für freizeitpädagogische, integrative Angebote im Nationalpark

Die von den VerfasserInnen erarbeiteten Angebote für freizeitpädagogische, integrative Aktivitäten für Integrationsschulklassen werden durch Textstellen aus der Literatur – insbesondere diverser Ausbildungsskripten des Lehrganges "Jugendarbeit integrativ" von der Österreichischen Alpenvereinsjugend – untermauert. Der Grund für die Zitierung der wichtigsten theoretischen Literaturstellen bei den einzelnen Vorschlägen liegt darin, dass die psychologische Komponente bei integrativen Freizeit- und Outdoorangeboten für Kinder und Jugendlichen äußerst sensibel und komplex ist.

7.5.3.3.1 Kooperative Spiele[150]

„Eine der besten Methoden Integration positiv zu beeinflussen ist das Spiel. Diese müssen natürlich für jede Situation ausgesucht und abgestimmt werden, trotzdem kann es – besonders in Gruppen mit unterschiedlichen Voraussetzungen oder Fähigkeiten – schnell einmal passieren, dass ein Spiel mit der Originalregel nicht funktioniert und daher abgeändert werden muss.“[151]

Die SchülerInnen spielen miteinander statt gegeneinander. Bei Kindern mit Hörschwäche können die Spielregeln in Zeichensprache oder durch Vorzeigen erklärt werden. In diesem Zusammenhang könnten auch die „XEIS Guides“ in die Spiele integriert werden. Körperliche Beeinträchtigungen können durch Einschränkung der Bewegungsmöglichkeiten der anderen SchülerInnen ausgeglichen werden. Beim Spiel mit sehbehinderten SchülerInnen sollen Paare gebildet werden. Eine andere Möglichkeit bestünde darin, die sehenden SchülerInnen aufzufordern, auch ihre Augen zu schließen. Wichtig dabei ist, auf die Gruppendynamik zu achten und insbesondere auch Anregungen aus der Gruppe aufzunehmen. Sollte trotzdem einmal ein Spiel nicht klappen, so kann man daraus einen Vorteil ziehen und demnach auch aus dem Spiel aussteigen. Ein Spiel bleibt immer ein Spiel und soll vor allem Spaß machen. SchülerInnen mit Behinderungen sollen bei kooperativen Spielen keine Sonderrollen bekommen. Vielmehr sollten ihre Fähigkeiten genutzt werden. Den anderen Kindern können gegebenenfalls auch Beeinträchtigungen auferlegt werden.

> *„Bewährt hat sich, dass Spielgeschichten oder Themen sehr offen sind, damit sich alle Beteiligten nach ihren Möglichkeiten wieder finden und nicht langweilen. Jugendliche mit Behinderung haben die gleichen Bedürfnisse wie ihre gleichaltrigen Freundinnen und Freunde. Gerade Abenteuer in der Natur erleben, Herausforderungen annehmen und Neues kennen lernen, mit anderen Jugendlichen Spaß haben, bieten eine besondere Chance zur Weiterentwicklung und setzen einen wichtigen Kontrapunkt zum Alltag und sind ein weiterer Schritt zur nachhaltigen sozialen Integration.“*[152]

[150] Vgl. Schwarz (2010), S. 7
[151] Quelle: Schwarz (2010), S. 7
[152] Quelle: Schwarz (2010), S. 8

Beispiele für kooperative Spiele im Nationalpark Gesäuse:

(im Projektgebiet beim Weidendom, Lettmair Au, Rauchbodenweg, Nationalparkpavillon)

- **„Energiequizrallye“** im Bereich des begehbaren ökologischen Fußabdrucks beim Weidendom

  Themenbereiche: Nachhaltiger, ressourcenschonender Lebensstil, Energiesparen im Alltag, Erneuerbare Energie

  Alterstufe: Für alle Schulstufen geeignet.

- **„Kinder-Land Art“**

  Themenbereiche: Kunst, Kreativität

  Alterstufe: Für alle Schulstufen geeignet.

  „Schau genau “ – Interaktive Wanderung am Rauchbodenweg mit dem „XEIS Guide“

  Themenbereiche: Natur, Landschaft

  Alterstufe: Für alle Schulstufen geeignet.

- **„Haselnussjagd“**

  Spielbeschreibung: Die Klasse wird in Kleingruppen zu mindestens vier SchülerInnen aufgeteilt. Jede Gruppe stellt eine Herde eines bestimmten Tieres im Nationalpark dar und darf sich auch nur in deren „Tiersprache“ verständigen. Jede Gruppe wählt ein Leittier. Die in einem abgegrenzten Waldstück (30 mal 30 m) versteckten Haselnüsse dürfen nur vom „Leittier“ aufgesammelt werden, aber nur dann, wenn alle Tiere der Herde beisammen sind. Wer eine Haselnuss findet, ruft die ganze Herde zusammen, und das Leittier sammelt die Nuss ein. Am Ende werden alle Haselnüsse als Futter für die echten Tiere im Nationalpark auf dem Waldstück wieder verteilt (vgl. Schwarz (2010), S.8; von den VerfasserInnen auf die Nationalparkgegebenheiten adaptierte Spielausführung).

  Adaption: Bei Schulklassen mit RollstuhlfahrerInnen soll dieses Spiel entlang eines ausgewählten Streckenabschnittes (z.B. 100 m) des rollstuhlbefahrbaren Rauchbodenweges durchgeführt werden.

  Alterstufe: Für 1. bis 4. Schulstufe geeignet.

  Beachtenswerte Aspekte.

  - Alle Gegenstände in Griffhöhe und keine Dinge in unzugänglichen Bereichen des Geländes verteilen, damit auch SchülerInnen im Rollstuhl aktiv mittun können.
  - Wenn sehbehinderte SchülerInnen dabei sind, dann sollen unbedingt auch größere Dinge versteckt werden. Um auch hörbehinderte SchülerInnen einzubeziehen, müssen sich die „Tiere“ (SchülerInnen) mit einer eindeutigen, großen Gestik verständigen.

7.5.3.3.2 Integrative Outdoor Aktivitäten

„Unter Outdoor Aktivitäten verstehen wir bewegungs- und sportbezogene Aktivitäten in einer möglichst wenig beeinträchtigten Natur. Diese Aktivitäten finden in einem sozial- und räumlich anderen – für die Teilnehmer herausfordernden, anregenden, aber auch ungewöhnlichen Bereich statt, in einem Bereich, der für die Teilnehmer im Wesentlichen neu ist, das heißt, sie werden aus ihrem sozialem Umfeld herausgeholt."[153]

Beispiele für integrative Outdoor Aktivitäten im Nationalpark Gesäuse:

- **„Naturerlebnis Fels**"

  Klettern im Freien ist ein intensives Naturerlebnis, eine Möglichkeit sich und seinen Körper neu zu entdecken und herauszufordern. Klettern ist kein völlig risikofreier Sport, weshalb insbesondere bei Personen mit einer Behinderung eine sorgsame Herangehensweise zu wählen ist, die BetreuerInnen sorgfältig geprüft und umfassend geschult sind sowie das Programm auf Basis „Topropestation" durchgeführt wird. „Toprope" bedeutet Klettern mit Seilsicherung von oben, wo das Sicherungsseil durch eine Umlenkung am Ende der Route zur Sicherungsperson am Boden zurückläuft.[154]

  Beispiele für beachtenswerte Aspekte für Menschen mit Behinderung:[155]

  - Vertrauensbildende Maßnahmen im Hinblick auf Material und benötigten Krafteinsatz beim Sichern; sanfter Einstieg: zuerst Material kennen lernen, betasten, fühlen etc.
  - Gelände wählen, wo ein gefahrloser Abstieg möglich ist, falls ein/e SchülerIn nicht abgeseilt werden kann.
  - Routen wählen, die parallel verlaufen. Dadurch kann eine Begleitung in einer Parallelroute erfolgen (Sichtkontakt, bessere akustische Verständigung).

  Der Kletterfels beim „Koderalpl" im Johnsbach wird bereits seit einigen Jahren für den Schulprogrammpunkt „Schnupperklettern" genutzt. Er erfüllt die Voraussetzung, zukünftig auch für integratives Klettern (selbstverständlich nach der Methode „Topropestation") herangezogen zu werden.[156]

  Alterstufe: Ab der 3. Schulstufe geeignet.

  Physische Effekte durch das Klettern:[157]

  - Schulung des Gleichgewichts
  - Schulung der Auge-Hand-Koordination
  - Schulung der Koordination der Motorik

[153] Quelle: Schöberl/Schwarz (2010), S. 2
[154] Vgl. Schöberl/Schwarz (2010), S. 5
[155] Vgl. Schöberl/Schwarz (2010), S. 7
[156] Vgl. Projekttage & Projektwochen Schulprogramm (2010), S. 8
[157] Vgl. Schöberl/Schwarz (2010), S. 15

- Aktivierung und Stimulierung des gesamten Körpers
- Stimulierung verschiedenster Sinne
- Kräftigung der Arm- und Schultermuskulatur
- Förderung der Merkfähigkeit und des räumlichen Vorstellungsvermögens

Psychische Effekte:[158]

- Steigerung des Selbstwertgefühles
- Verbesserung des Gruppenzusammenhalts
- Verschiebung von persönlichen Grenzen
- Scheinbar Unmögliches möglich machen
- Realistischere Selbsteinschätzung
- Fertig werden mit Ängsten
- Aufarbeiten von scheinbaren oder tatsächlichen Misserfolgen
- Höhere Kritikfähigkeit
- Verantwortung übernehmen (beim Sichern)
- Hilfe geben und Hilfe annehmen

Diese Aussagen wurden zitiert aus dem Ausbildungsskripten „Natursport Integrativ“ (Modul III des diesjährigen Lehrganges "Jugendarbeit integrativ"), durchgeführt von der Österreichischen Alpenvereinsjugend. Sie gaben die Aspekte „körperliche Leistungsfähigkeit in Zusammenhang mit Klettern“ sehr treffend wieder:

> *„Wenn man die Lebensgeschichte vieler Menschen mit Behinderung beobachtet, geht man vielfach davon aus, dass dieser Personenkreis besonders oft mit Misserfolgserlebnissen und mit der Erfahrung Dinge nicht so gut wie „die anderen“ zu können konfrontiert ist. Auch diese Erfahrungen können mitunter zu depressiven Verstimmungen, zur Verdrängung und Verleugnung der eigenen Behinderung, auch zu psychiatrischen Auffälligkeiten (z.B. Borderline Persönlichkeiten) und zu einer deutlichen Verminderung des Selbstwertgefühls führen. Deshalb ist es von besonderer Bedeutung, das Setting für Klettern mit Menschen mit Behinderung so zu wählen, dass auf jedem Level Erfolg möglich ist und vor allem, dass der Erfolg nicht über die körperliche Leistungsfähigkeit definiert wird.“*[159]

- **„Wildes Wasser**“

  Rafting ist von den motorischen Anforderungen weit weniger komplex als Klettern. Nichtsdestoweniger sollten Jugendliche schrittweise an diese Sportart herangeführt werden um sie auf nicht auszuschließende, sehr intensive Erfahrungen (z.B. Sturz aus dem Boot, Schwimmen im Wildwasser etc.) bestmöglich vorzubereiten. Anders als bei den herkömmlichen Rafting- bzw. Naturerlebnisfahrten an der Enns im Rahmen des Nationalpark-Schulprogramms, müsste allerdings die Einführung

[158] Vgl. Schöberl/Schwarz (2010), S. 16
[159] Quelle: Schöberl/Schwarz (2010), S. 15

in diesen Sport wesentlich intensiver bzw. länger erfolgen. Ein warmer Badesee (z.B. der Putterersee in Aigen) könnte dazu dienen, bereits am Vortag die Ausrüstung spielerisch kennenzulernen, das Paddeln zu erlernen, Angst vor Stürzen ins Wasser abzubauen, Vertrauen in die Schwimmweste zu entwickeln sowie Kommandos und Rettungstechniken zu erlernen und zu üben. Als weitere Möglichkeit, Erfahrung mit den Strömungsverhältnissen im fließenden Wasser zu sammeln, schlägt das AutorInnenteam eine Bachdurchquerung im max. knietiefen Wasser (hier würde sich der BesucherInnenbereich am Johnsbach anbieten) vor. Dabei könnten SchülerInnen mit Behinderungen die Kräfte, die durch die Strömung entstehen, kennenlernen. Die am See geübten Rettungstechniken sollten vor der Raftingfahrt, ebenso wie das richtige Schwimmen in der Strömung, an einem sicheren Abschnitt der Enns geübt werden. Zur Steuerung ist es notwendig, dass die TeilnehmerInnen koordiniert paddeln und auf die Kommandos des Raftführers hören.[160]

Sicherheitsstandards beim Rafting mit integrativen Gruppen an der Enns:[161]

- Die Wildwasserschwierigkeit sollte nicht größer als WW 2 sein. Deshalb sollte die Enns von integrativen Gruppen nur bei Niederwasser befahren werden. Die für diese Fahrten obligatorische Einstigstelle „Gofergraben" befindet sich unterhalb der normalen Einstiegstelle „Gesäuseeingang". Dadurch wird das Befahren der wilden Strecke nach dem Katarakt (je nach Hochwassersituation WW III bis IV) kurz nach dem Gesäuseeingang (Einstiegstelle „Gesäuseeingang") vermieden.
- Im Raftingboot sollte entweder ein zweiter Raftguide oder ein – im Schwimmen in Strömungen versierter – Betreuer oder Ranger dabei sein, der bei Bedarf hinterher springt um den/die SchülerIn bei einer Rückkehr ins Raft zu helfen.
- Ein/e versierte/r KajakfahrerIn sollte das Raftingboot begleiten, da das Kajak schnellere und effektivere Rettungen ermöglicht als dies aus dem Raftingboot möglich ist.
- Im Raftingboot sollten mindestens 2-3 kräftige Betreuer sein, die die Gruppe beim Paddeln unterstützen, damit das Boot stets manövrierfähig bleibt.

Physische Effekte beim Rafting[162]:

- *„Passive Schulung des Gleichgewichts*
- *Schulung der Auge-Hand-Koordination*
- *Schulung der Koordination der Motorik*
- *Aktivierung und Stimulierung des gesamten Körpers*
- *Stimulierung verschiedenster Sinne (Optische Wahrnehmung, akustische Wahrnehmung, Geruchssinn, vestibulärer Sinn)*

[160] Vgl. Schöberl/Schwarz (2010), S. 17
[161] Vgl. Schöberl/Schwarz (2010), S. 18
[162] Quelle: Schöberl/Schwarz (2010), S. 18

- *Kräftigung vor allem der Arm- und Schultermuskulatur, Förderung von Merkfähigkeit und räumlichen Vorstellungsvermögen (Paddelkommandos)"*

Psychische Effekte beim Rafting[163]:

Beim Rafting treten die gleichen positiven psychischen Effekte wie beim Klettern auf.

„*Rafting bietet durch eine geringere Selbstwirksamkeit im Vergleich zum Klettern grundsätzlich auch etwas geringere Potentiale in positiver aber vor allem auch in negativer Hinsicht – die potentiellen Erfolge werden gemeinsam erreicht, der Anteil des persönlichen Beitrages zum Erfolg ist nicht unmittelbar offensichtlich. Die Wahrscheinlichkeit eines Misserfolges ist durch den Einfluss von Betreuern und Raftguides sehr gering. Es muss kein individueller Level für individuellen Erfolg im Setting beachtet werden, da der Erfolg von der gesamten Teamleistung abhängt und nicht über individuelle körperliche Leistungsfähigkeit definiert wird."*[164]

Alterstufe: Ab der 6. Schulstufe geeignet.

7.5.3.4 Zu berücksichtigende organisatorische Aspekte

Die Buchung der Angebote für Integrationsklassen soll über das eigene Reisebüro des Nationalparks erfolgen. Wie auch bei den anderen beschriebenen Angeboten, soll der letztmögliche Buchungstermin so festgesetzt sein, dass ausreichend Zeit verbleibt, sämtliche organisatorischen Vorkehrungen für die Durchführung der integrativen Schulprojekte bzw. Erlebnistage zu tätigen. Die oben vorgeschlagenen Angebote können als Eintagesangebote – insbesondere für heimische Schulen – genauso angeboten werden, wie, modulartig aufgebaut, im Rahmen einer mehrtägigen, integrativen Schulprojekt- oder Outdoorwoche. Als Zusatzangebote schlagen die AutorInnen der Diplomarbeit vor, einen Grillabend oder -nachmittag beim geplanten Grillplatz an der Enns (siehe Kapitel 7.2.6) oder einen Badenachmittag an der Enns, im Johnsbach oder am Putterersee zu veranstalten. Dabei könnten die Jugendlichen mit der Raftingausrüstung vertraut gemacht werden. Darüber hinaus könnte eine Erlebniswanderung am Rauchbodenweg mit Grillausklang beim Pavillon die mehrtägigen Pauschalen für Integrationsklassen zusätzlich attraktivieren.

7.5.3.5 Zielgruppe

In den ersten Jahren sollte der Schwerpunkt der Bewerbung auf den Zielmarkt „Österreich" gelegt werden. Mittelfristig bietet sich, neben Österreich, auch der süddeutsche Raum für dieses spezielle Angebot an.

[163] Quelle: Schöberl/Schwarz (2010), S. 18
[164] Quelle: Schöberl/Schwarz (2010), S. 19

7.5.3.6 Preisgestaltung

Mehrere der vorhin beschriebenen Freizeitangebote – insbesondere die sportlichen Aktivitäten rund ums Klettern und Rafting – erfordern einen höheren Personal-, Organisations- und Sachaufwand. Damit die Nationalpark Gesäuse GmbH kostendeckend kalkulieren kann, müssten die diesbezüglichen Mehrkosten auf die Gesamtkosten aufgeschlagen werden. Je nach Behinderungsformen bzw. dem daraus resultierendem Aufwand an Betreuungspersonal müssten vom nationalparkeigenen Reisebüro gruppenindividuelle Preiskalkulationen vorgenommen werden.

7.5.3.7 Bewerbung des Angebotes

- Schulbroschüre des Nationalpark Gesäuse
- Nationalparkeigenes Magazin „Im Gseis“ (erscheint zweimal jährlich)
- Website des Nationalpark Gesäuse: www.nationalpark.co.at

Darüber hinaus könnten einschlägige Webplattformen bzw. Zeitschriften diverser Behindertenorganisationen zur Bewerbung dieses Angebotes genutzt werden.

In diesem Zusammenhang würde sich u.a. folgender „Informationskanal“ anbieten:

- „betrifft:integration“, die Zeitschrift des Vereins „Integration:Österreich“

7.5.4 „Altersunterschied ist keine Barriere“ – ein generationsübergreifendes Zweitagesangebot

7.5.4.1 Kurzbeschreibung

Dieses Zweitagesangebot im Nationalpark Gesäuse ist für SeniorInnen mit EnkelInnen ausgerichtet. Dabei werden die BesucherInneneinrichtungen „Weidendom“, „Ökologischer Fußabdruck“ „Lettmair Au“ in das Programm einbezogen, die auch in Kapitel 4.5 näher beschrieben sind. Am zweiten Tag werden Einrichtungen und Infrastruktur der Alpenregion Nationalpark Gesäuse genutzt. Die Gruppen werden durch einen Nationalparkranger betreut und geführt.

7.5.4.2 Das Konzept

Beim Angebot „Altersunterschied ist keine Barriere“ verbringen Jung und Alt spielerisch und forschend-entdeckend 2 Tage miteinander. Was früher aufgrund der familiären und häuslichen Strukturen selbstverständlich war, das miteinander Leben und Erleben mehrerer Generationen, wird durch dieses Angebot ermöglicht.

7.5.4.3 Möglicher Ablauf

In diesem Kapitel soll der Ablauf des Angebotes „Altersunterschied ist keine Barriere“ in groben Zügen skizziert werden. Auch bei diesem Angebot bestimmen, wie bei den vorherigen, die tatsächliche TeilnehmerInnenanzahl, die Jahreszeit und die aktuellen Wetterverhältnisse das Detailprogramm.

Erster Tag

Die TeilnehmerInnen treffen einander am Vormittag (10 Uhr) beim Weidendom. Der Zeitpunkt wurde deswegen so „spät“ gewählt, damit alle mit öffentlichen Verkehrsmitteln Anreisenden rechtzeitig beim Treffpunkt sind. Am Parkplatz werden die TeilnehmerInnen vom Nationalparkranger bereits erwartet. Am Beginn steht eine kleine Stärkung bzw. Jause im Weidendom, wo auch eine WC-Anlage mit Wickelmöglichkeit vorhanden ist. Danach wird das Programm ausführlich vorgestellt.

Zunächst kann bei einem Rundgang durch die Lettmair Au die Natur mit allen Sinnen bei Erlebnisstationen wie „Sprechende Buche“ oder „Wasserspieltisch“ erfasst werden. Durch den spielerischen Austausch lernen die TeilnehmerInnen der Gruppe einander kennen. Gegen 12 Uhr wird beim Weidendom gegrillt, in diese Mittagspause ist auch Erholungszeit eingeplant, in der sich die BesucherInnen für die Aktivitäten am Nachmittag ausruhen können.

Der Nachmittag steht ganz unter dem Motto „gemeinsam forschen und entdecken“ beim Weidendom und dem Erlebnisbereich „Ökologischer Fußabdruck“ (Fertigstellung Sommer 2011). Durch die spielerische Interaktion dieser Umweltbildungsstationen können Alt und Jung Erfahrungen austauschen und sammeln. Eine Jausenpause mit Kaffee, Saft, Wasser, Snacks und Kuchen versorgt die hungrigen „Forschergeister“.

Am späteren Nachmittag fahren die TeilnehmerInnen, so wie sie angereist sind, selbst oder mit Rufbustaxi, ins barrierefreie Hotel Schloss Röthelstein, wo sie den Abend mit gemeinsamem Spielen verbringen.

Zweiter Tag

Am Vormittag werden nach einem gemeinsamen Frühstück die Museumsangebote „Abenteuer Museum“ oder „auf Buchfühlung gehen“ im Benediktinerstift Admont genutzt. Zum Mittagessen treffen einander alle im „Stiftskeller Admont“, danach ist Freizeit eingeplant, die individuell gestaltet werden kann.

Den Abschluss dieser zwei Erlebnistage in der Alpenregion Nationalpark Gesäuse bildet ein Kriminalquiz am asphaltierten Radweg von Admont durch die sogenannte „Eichelau“ bis zu Radbrücke über die Enns an. Wie bei einer „Schnitzeljagd“ oder „Schatzsuche“ müssen Stationen gefunden und Rätsel gelöst werden, um mit einem „Schatz“ belohnt zu werden. Für dieses Quiz sollten maximal 2 Stunden vorgesehen werden.

Dazu könnte man folgendermaßen vorgehen:

- Am Ausgangspunkt erhalten die TeilnehmerInnengruppen von 2 bis 4 Personen eine Anleitung und einige Hilfsmittel wie Zettel, Stift, Papiersackerln sowie Handynummer des Rangers.
- In einem Abstand von 5-8 Minuten gehen die Gruppen los, die Anfangszeiten werden mitgeschrieben.
- Die Wegangabe ist auf einem Zettel beschrieben, den die TeilnehmerInnen ebenfalls mit sich führen, an den Stationen gilt es einfach Aufgaben zu lösen.
- Beispiele für Aufgaben:
    - Ihr seht an der Straßenkreuzung XXX ein Verkehrsschild. Was bedeutet es?
    - Ihr seht an der Enns eine Gruppe von Bäumen. Wie heißen sie?
    - Am Stromverteilerkasten in der Nähe von YYY entdeckt ihr einen Zettel mit einem Rätsel. Wie heißt die Lösung?
    - Zählt 10 Tiere auf, die in und an der Enns leben.
    - Auf der Wiese wächst Löwenzahn. Bringt eine Pflanze mit!
    - Legt aus Naturmaterialien ein Bild und macht davon ein Foto.
    - Etc.
    - Die letzte Aufgabe der Jagd könnte lauten: "Ruft unter der Nummer 06XX/XXXXXXX an und meldet mit folgendem Losungswort, dass alle Aufgaben erfüllt sind." Dann wird die Endzeit der jeweiligen Gruppe notiert.
- Nach der Rückkehr und der Punkteauswertung erfolgt die Siegerehrung.

Eindrücke und Erlebnisse, aber auch Verbesserungsvorschläge, werden in einer abschließenden Feedbackrunde bei Kuchen und Getränken vorgebracht, danach werden die TeilnehmerInnen herzlich verabschiedet.

Adaptionen bezüglich des Ablaufes:

Bei Schönwetter kann die Teilnahme am Kriminalquiz entfallen und auch in der Enns gebadet werden.

7.5.4.4 Zu berücksichtigende organisatorische Aspekte

Die Buchung dieses Angebotes erfolgt über das eigene Reisebüro des Nationalparks. Der letztmögliche Buchungstermin ist so festgesetzt, dass ausreichend Zeit für die organisatorischen Vorkehrungen verbleibt.

Dazu zählen:

- Das Einkaufen von Lebensmitteln für das Grillen und die Jause beim Weidendom
- Grillvorbereitungen durch zusätzliches Personal des Nationalparks. Für diese Tätigkeiten würde sich der Einsatz von Praktikanten oder Volontären anbieten.

- Vorbereitung der „Schatzsuche“ durch zusätzliches Personal des Nationalparks. Auch für diese Tätigkeiten könnten Praktikanten oder Volontäre eingesetzt werden.

Bei der Buchung erhalten alle TeilnehmerInnen ein Infoblatt (selbstverständlich auch per E-Mail möglich), welches eine exakte Anfahrtsbeschreibung, die Parkplatzsituation, den genauen Ablauf der Führung, die Telefonnummer des Rangers sowie weitere relevante Informationen (Telefonnummer und Adresse der nächst gelegenen Apotheke, Arzt, Einkaufsmöglichkeit etc.) enthält.

7.5.4.5 Zielgruppen

Dieses spezielle Angebot richtet sich an SeniorInnen mit Enkelkind(ern), jedoch Singles mit Kind(ern) oder Familien mit Kind(ern) können genauso daran teilnehmen.

7.5.4.6 Bewerbung des Angebotes

Das oben beschriebene Angebot „Altersunterschied ist keine Barriere“ sollte über die bereits vorhandenen Kommunikations- und Distributionskanäle des Nationalpark Gesäuse beworben bzw. vertrieben werden. Folgende Werbemedien eignen sich in diesem Zusammenhang, das Angebot zu bewerben:

- Jahresprogramm des Nationalparks Gesäuse
- Regionsbroschüre der „Alpenregion Nationalpark Gesäuse“ (Herausgeber Tourismusverband Alpenregion Nationalpark Gesäuse)
- Gruppenangebotsbroschüre (Herausgeber Tourismusverband Alpenregion Nationalpark Gesäuse in Zusammenarbeit mit dem Nationalpark Gesäuse, dem Benediktinerstift Admont sowie dem Naturpark Eisenwurzen)
- Nationalparkeigenes Magazin „Im Gseis“ (erscheint zweimal jährlich)
- Website des Nationalpark Gesäuse: www.nationalpark.co.at

8 Schlussfolgerungen und Ausblick

Der Nationalpark Gesäuse hat sich zum Ziel gesetzt, das vorhandene touristische Angebot im Hinblick auf ein barrierefreies BesucherInnenangebot zu verbessern bzw. zu erweitern. Notwendige Investitionen in die Infrastruktur und in der Folge in den Betrieb der barrierefreien touristischen Angebote sollten Erfolg versprechend und zielführend eingesetzt werden.

In dieser Ausgangslage wurde die Diplomarbeit vergeben. Die VerfasserInnen sollten möglichst konkrete Maßnahmen, unter Einbeziehung neuester Forschungsergebnisse, erarbeiten und ein effektives, barrierefreies BesucherInnenangebot entwickeln. Dabei sollten ökologische, soziale und ökonomische Aspekte berücksichtigt werden.

Im Laufe der Diplomarbeit wurde bald deutlich, dass das Thema „Tourismus und Barrierefreiheit“ zwar schon durch umfangreiche wissenschaftliche Arbeiten untersucht wurde, aber die Überprüfung eines konkreten Fallbeispiels, eines Nationalparks, hinsichtlich seiner Tauglichkeit und seiner Möglichkeiten für Menschen mit Behinderungen, liegt bis dato im deutschsprachigen Raum nicht vor. Die AutorInnen geben eine Übersicht über den Nationalpark, seine derzeitige ökologische und touristische Entwicklung und sein Umfeld. Schlussfolgerungen und Vorschläge der VerfasserInnen bauen auf der Recherche themenspezifischer Literatur und besonders auf den Aussagen von 36 relevanten StakeholderInnen auf. Die dabei erhobene Fülle an Fachwissen, Ideen und Vorschlägen hat im Zusammenspiel mit der einschlägigen Literatur das vorliegende Ergebnis erbracht.

Die Diplomarbeit ist speziell auf den Nationalpark Gesäuse ausgelegt. Dennoch können die Resultate auch als wissenschaftliche Grundlage für die barrierefreie Ausgestaltung vergleichbarer Tourismusangebote (Nationalparks, Naturparke, Naturschutztourismus im Allgemeinen) dienen. Besonders wichtig für die Weiterentwicklung und ständige Verbesserung barrierefreier BesucherInnenangebote werden die Ergebnisse der Evaluationen sein, welche Maßnahmen, die in dieser Diplomarbeit empfohlen werden, im Nationalpark Gesäuse umgesetzt werden. Auf jeden Fall ist eine weitergehende Forschung empfehlenswert. In die weiterführende Forschung sollten auch internationale, europaweite Erfahrungen einfließen, zumal sich diese Diplomarbeit auf vorliegende Erkenntnisse in Österreich und in den unmittelbar angrenzenden deutschsprachigen Regionen beschränkt hat.

Die Diplomarbeit legt ein umsetzbares praxisnahes Konzept für den Nationalpark Gesäuse vor. Auf wissenschaftlicher Basis werden Grundstrategien erstellt, die von der Weiterbildung der touristischen Akteure, der Personalbedarf, die Errichtung der Infrastruktur, der Bewerbung, Preisgestaltung und dem öffentlichen Verkehr bis hin zur Entwicklung konkreter Angebote reichen. Letztlich werden dem Nationalpark konkrete Maßnahmen zur Verwirklichung der Grundstrategien offeriert. Wie weit der Nationalpark Gesäuse dieses Angebot nutzen wird, ist derzeit noch nicht absehbar. Allerdings verfügt die Nationalpark

Gesäuse GmbH, nach Genehmigung eines ELER Projektes (EU-kofinanzierte Förderschiene zur Entwicklung des ländlichen Raumes), für die nächsten 2 Jahre über Budgetmittel zur Errichtung bzw. Entwicklung barrierefreier BesucherInnenangebote. Aus der engen Zusammenarbeit zwischen den AutorInnen dieser Diplomarbeit und dem Nationalpark Gesäuse ist ein starker Wille zur Umsetzung der empfohlenen Maßnahmen erkennbar.

Bis Ende 2011 sollte die barrierefreie Infrastruktur im Nationalpark verwirklicht werden. Ab 2012 wird die Umsetzung der ausgearbeiteten Pauschalangebote angestrebt. Bis 2015 sollte durch kontinuierliche Qualitätsverbesserungen, etwa durch Personalschulungen, durch entsprechende Einbeziehung des Nationalparkumfeldes und durch Bewerbung der Angebote ein vorbildliches barrierefreies BesucherInnenangebot vorliegen.

Abschließend wird besonders betont, dass bei allen vorgeschlagenen Maßnahmen auf die ökologische Verträglichkeit Wert gelegt wurde. Dies ist zum Beispiel in der Einbeziehung des öffentlichen Verkehrs oder in den vorgeschlagenen baulichen Erweiterungen im unmittelbaren Umfeld bestehender Einrichtungen außerhalb von unberührten Nationalparkbereichen ersichtlich. Einen wesentlichen ökologischen und sozialen Gesichtspunkt stellt aber auch das Angebot für Menschen mit Behinderungen, Umweltbildung unmittelbar im Kontakt mit der Natur erlangen zu können, dar. Das vorliegende Konzept für ein barrierefreies BesucherInnenangebot im Nationalpark Gesäuse soll somit dem Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit, nämlich der ökologischen, ökonomischen und sozialen Nachhaltigkeit, gerecht werden.

9 Literaturverzeichnis

9.1 Bücher und Zeitschriften

ADAC – Allgemeiner Deutscher Automobil Club e.V. (Hrsg.) (2003): *Barrierefreier Tourismus für Alle – eine Planungshilfe für Tourismus-Praktiker zur erfolgreichen Entwicklung barrierefreier Angebote*; München: ADAC

Berdel D., Gödl D., Schoibl H. (2003): *Qualitätskriterien im Tourismus für behinderte und ältere Menschen*; Studie im Auftrag des Bundesministeriums für soziale Sicherheit und Generationen Österreich: Berdel et al.

Bertelsmann Universallexikon (1993), Bertelsmann Lexikon Verlag GmbH, Gütersloh; Bertelsmann Universallexikon

BMWA (Hrsg.) 2003. *Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für alle*. Bonn: BMWA

Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (2008), *Behindertenbericht 2008:* BMASK

Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (2009): *Tourismus für alle. Barrierefreies Planen und Bauen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft*. Wien: BMWFJ

Bundesministerium für Soziales und Konsumentenschutz (2007): *Gleichstellung – Orientierungshilfe zum Thema Behinderungen*: BMSK

Freyer, W. (1997): *Tourismus-Marketing: Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft.*, Oldenburg, München/Wien: Freyer

Gläse Jochen, Laudel Grit (2004): *ExpertInneninterviews und qualitative Inhaltsanalyse*; UTB-Verlag für Sozialwissenschaften, Stuttgart: Gläse-Laudel

Getzner, M. Jungmeier, M. Pfleger, B. & Scherzinger W., (2008): *Evaluierung Nationalpark Gesäuse, Studie im Auftrag der Nationalpark Gesäuse GmbH*. Bearbeitung: E.C.O. Institut für Ökologie, Klagenfurt: Gletzner et al.

Jungmeier M., Scherzinger W., Getzner M., Pfleger B. (2008): *Evaluierung 5 Jahre Nationalpark Gesäuse*;

Kästner J (2007): *Barrierefreier Tourismus, Reisen mit Mobilitätseinschränkung*, VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken: Kästner

Meffert, Heribert (2000): *Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung: Konzepte – Instrumente – Praxisbeispiele.*- 9., überarb. und erw. Aufl., Wiesbaden: Meffert

Meuser Michael, Nagel Ulrike (1991): *ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion*. Meuser-Nagel

Nagl Anna (2009): *Der Marketingplan*; Verlag Franz Vahlen, München: Nagl

Neumann, Pagenkopf, Reuber, (2008): *Barrierefreier Tourismus für Alle in Deutschland – Erfolgsfaktoren und Maßnahmen zur Qualitätssteigerung*; Universität Münster, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Berlin: Neumann et al.

Ney Nathalie, Breckle Heike, Megede Mirjam, Klatta Elisabeth (2007): *Leitfadeninterview am Beispiel des Experteninterviews;* Johann-Wolfgang-Goethe-Universität Frankfurt, Frankfurt: Ney et al.

Pechlaner H., Fischer E. (2006): *Qualitätsmanagement im Tourismus, Kundenorientierung, Kundenbindung und Kundenzufriedenheit*; Linde Verlag Wien GesmbH: Pechlaner H./Fischer E.

Riemelmoser R., Müller A. (2003): *Steiermärkisches Nationalparkrecht;* Leopold Stocker Verlag

Schneemayer Astrid (2009): *Marketing von Nationalparks*; Verlag Dr. Müller, Saarbrücken: Schneemayer

Statistisches Zentralamt Österreich (Hrsg.) (1998): *Personen mit körperlichen Beeinträchtigungen*, Ergebnisse des Mikrozensus 1995; Wien: Statistisches Zentralamt Österreich

Zimbardo Philip G. (1995): *Psychologie*; Springer-Verlag Berlin Heidelberg: Zimbardo

9.2 Internetquellen

www.atempo.at/sudmobil/handbuch/pdf/31.pdf+Behinderung+%2B+Arten&hl=de&gl=at&sig=AFQjCNGOYc0HO1-V6eSOhXkM-tQhnhtz_w, aufgerufen am 11.11.09

http://de.wikipedia.org/wiki/Barrierefreiheit, aufgerufen am 11.11.09

http://behinderung.org/definit.htm, aufgerufen am 21.12.2009

http://www.mainweb.at/linkpr/wp-content/uploads/2007/05/main-barrierefreier-tourismus-fuer-alle.pdf, aufgerufen am 18.12.2009

http://www.natko.de/index.php/reiseinfos, aufgerufen am 15.11.2009

http://arbeitsblaetter.stangl-taller.at/Forschungsmethoden/Interview.shtml, aufgerufen am 18.12.2009

http://de.wikipedia.org/wiki/SWOT-Analyse, aufgerufen am 22.02.2010

http://de.wikipedia.org/wiki/Prim%C3%A4rforschung, aufgerufen am 23.02.2010

http://www.bizeps.or.at/news.php?nr=7771, aufgerufen am 23.02.2010

http://www.wu.ac.at/werbung/download/abwl/checkliste_marktsegmentierung.pdf, aufgerufen am 26.02.2010

http://www.marke-x.de/deutsch/webmarketing/archiv/virales_marketing.htm, aufgerufen am 2.03.2010

http://www.marketing.ch/wissen/viralmarketing/definition.pdf, aufgerufen am 2.03.2010

http://www.w3c.de/Trans/WAI/webinhalt.html: Zugänglichkeitsrichtlinien für Web-Inhalte, aufgerufen am 2.03.2010

http://www.nationalpark.co.at, aufgerufen am 2.03.2010

http://de.wikipedia.org/wiki/Kaufverhalten, aufgerufen am 3.03.2010

http://de.wikipedia.org/wiki/Kaufmotiv, aufgerufen am 5.03.2010

http://www.handelswissen.de/data/handelslexikon/buchstabe_k/Kaufmotiv.php, aufgerufen am 5.03.2010

http://www.sdi-research.at/lexikon/beduerfnishierarchie.html, aufgerufen am 5.03.2010

http://www.business-wissen.de/marketing/branchenanalyse-die-triebkraefte-des-wettbewerbs-fuer-sich-nutzen/, aufgerufen am 7.03.2010

http://www.natko.de, aufgerufen am 7.03.2010

http://www.ibft.at, aufgerufen am 7.03.2010

http://maps.google.at/maps?hl=de&tab=wl, aufgerufen am 7.03.2010

http://de.wikipedia.org/wiki/Gro%C3%9Feltern, aufgerufen am 9.04.2010

http://www.controllingportal.de/Fachinfo/Grundlagen/SWOT-Analyse.html, aufgerufen am 5.05.2010

9.3 Sonstige Quellen

Art. 15a B-VG, LGBl. Nr. 70/2003: Vereinbarung gemäß Art. 15 a B-VG zwischen dem Bund und dem Land Steiermark zur Errichtung und zum Betrieb eines Nationalparks Gesäuse

Baums B. (2005): Tourismusmanagement in der Nationalparkregion Gesäuse; Diplomarbeit an der Fakultät Raumplanung der Universität Dortmund

Bericht des Landesrechnungshofes Steiermark vom 26. 6. 2008, LRH 20 N 1/2007-9; LRH 20 N 1/2007-9

Besucherstatistik Nationalpark Gesäuse 2004-2009: unveröffentlichtes Dokument der Nationalpark Gesäuse GmbH

Broschüre der Nationalpark Partnerbetriebe (2010)

Einreichunterlagen für den Tourismusaward EDEN 09, internes Dokument der Nationalpark Gesäuse GmbH

Hitsch W, (2005): Probleme, Risiken und Chancen des barrierefreien Tourismus: Diplomarbeit am Institut für Unternehmensführung, Tourismus und Dienstleistungswirtschaft; Leopold-Franzens-Universität Innsbruck: Hitsch

Jahresbericht 2008: internes Dokument der Nationalpark Gesäuse GmbH

Netzwerk Leichte Sprache: *HALT! Leichte Sprache*. PDF auf http://www.leichtesprache.org/downloads/Regeln_Netzwerk_Leichte_Sprache.pdf

Organisationshandbuch der Nationalpark Gesäuse GmbH, 2005: internes Dokument der Nationalpark Gesäuse GmbH

Rannegger R. (2005): Barrierefreier Tourismus in Österreich; Diplomarbeit

Schöber J, Schwarz U., 2010: *Natursport Integrativ*; Skriptum zum Lehrgang "Jugendarbeit integrativ" der Alpenvereinsjugend

Schwarz U., 2010: Skriptum zum Lehrgang "Jugendarbeit integrativ" der Alpenvereinsjugend

Schweizerische Fachstelle für behindertengerechtes Bauen (2004): Hindernisfrei in Franken und Rappen – Wie viel kostet hindernisfreies Bauen in der Schweiz? Ergebnisse der Nationalfonds-Studie «Behindertengerechtes Bauen – Vollzugsprobleme im Planungsprozess», Projekteil A «Technische und finanzielle Machbarkeit», Nationalfondsprojekt 45 «Probleme des Sozialstaats»

Stadt Graz Stadtbaudirektion, Referat Barrierefreies Bauen (2006): *Barrierefreies Bauen für ALLE Menschen – Planungsgrundlagen*; Graz: Stadtbaudirektion Graz

Strategiepapier 2008-2012, (2007): internes Dokument der Nationalpark Gesäuse GmbH

Vollkostenauswertung zum Jahresabschluss 2006: internes Dokument der Nationalpark Gesäuse GmbH

Vollkostenauswertung zum Jahresabschluss 2007: internes Dokument der Nationalpark Gesäuse GmbH

Vollkostenauswertung 2008 der Nationalpark Gesäuse GmbH (2009): internes Dokument der Nationalpark Gesäuse GmbH

10 Anhang

10.1 Anhang Inhaltsverzeichnis

A Abbildungen I
B StakeholderInnenliste I
C Grundkonzept „Barrierefreie BesucherInnenangebote im Nationalpark Gesäuse“ I
D Interviewleitfaden XVIII
E Interviewzusammenfassung LXXXI

Anhang

A Abbildungen

Merkmale	1951	1961	1971	1981	1991	2001
Insgesamt	**6.933.905**	**7.073.807**	**7.491.526**	**7.555.338**	**7.795.786**	**8.032.926**
Geschlecht						
Männer	3.217.240	3.296.400	3.533.694	3.572.426	3.753.989	3.889.189
Frauen	3.716.665	3.777.407	3.957.832	3.982.912	4.041.797	4.143.737
Altersgruppen						
bis 14 Jahre	1.587.804	1.584.629	1.822.332	1.510.564	1.356.806	1.353.482
15 bis 59 Jahre	4.262.843	4.189.200	4.160.599	4.591.116	4.874.252	4.986.708
15 bis 29 Jahre	1.444.707	1.443.012	1.536.520	1.782.462	1.849.727	1.495.765
30 bis 44 Jahre	1.372.914	1.300.418	1.385.851	1.518.559	1.683.090	1.998.936
45 bis 59 Jahre	1.445.222	1.445.770	1.238.228	1.290.095	1.341.435	1.492.007
60 Jahre und älter	1.083.258	1.299.978	1.508.595	1.453.658	1.564.728	1.692.736
60 bis 74 Jahre	862.282	1.005.841	1.154.720	996.553	1.039.959	1.110.974
75 Jahre und älter	220.976	294.137	353.875	457.105	524.769	581.762
Familienstand (15 und mehr Jahre)						
ledig	1.539.213	1.471.403	1.374.333	1.665.731	1.892.089	2.060.472
verheiratet	3.057.584	3.209.948	3.430.509	3.446.229	3.533.635	3.527.786
verwitwet	605.071	641.761	672.295	662.684	627.619	573.318
geschieden	144.233	166.066	192.057	270.130	385.637	517.868
Staatsangehörigkeit						
Österreich	6.611.307	6.971.648	7.279.630	7.263.890	7.278.096	7.322.000
Nicht-Österreich	322.598	102.159	211.896	291.448	517.690	710.926
Geburtsland						
Österreich	.	.	.	.	.	7.029.527
Ausland	.	.	.	.	.	1.003.399

Abbildung 30. Bevölkerung 1951 bis 2001 nach demographischen Merkmalen[1]

Jahr	Bevölkerungsstruktur						
	Insgesamt	Unter 15 Jahre	15 bis unter 60 Jahre	60 und mehr Jahre	Unter 15 Jahre	15 bis unter 60 Jahre	60 und mehr Jahre
	absolut				in %		
2008	8.336.549	1.269.556	5.186.511	1.880.482	15,2	62,2	22,6
2009	8.368.842	1.255.295	5.202.396	1.911.151	15,0	62,2	22,8
2010	8.396.760	1.244.170	5.214.699	1.937.891	14,8	62,1	23,1
2011	8.427.431	1.234.660	5.230.619	1.962.152	14,7	62,1	23,3
2012	8.462.046	1.227.682	5.247.771	1.986.593	14,5	62,0	23,5
2013	8.498.651	1.224.733	5.261.016	2.012.902	14,4	61,9	23,7
2014	8.535.845	1.225.142	5.270.316	2.040.387	14,4	61,7	23,9
2015	8.574.121	1.227.413	5.275.600	2.071.108	14,3	61,5	24,2
2020	8.748.917	1.245.284	5.223.688	2.279.945	14,2	59,7	26,1
2025	8.903.569	1.268.127	5.079.259	2.556.183	14,2	57,0	28,7
2030	9.048.365	1.282.698	4.958.051	2.807.616	14,2	54,8	31,0
2035	9.174.298	1.279.720	4.938.846	2.955.732	13,9	53,8	32,2
2040	9.287.466	1.268.918	4.969.513	3.049.035	13,7	53,5	32,8
2045	9.386.774	1.263.021	4.966.532	3.157.221	13,5	52,9	33,6
2050	9.467.172	1.268.536	4.962.088	3.236.548	13,4	52,4	34,2
2075	9.567.587	1.298.244	5.038.823	3.230.520	13,6	52,7	33,8

Abbildung 31: Vorausberechnete Bevölkerungsstruktur für Österreich 2009-2075 laut Hauptszenario[2]

[1] Quelle: STATISTIK AUSTRIA, Volkszählungen 1951 bis 2001. Erstellt am: 01.06.2007
[2] Quelle: STATISTIK AUSTRIA – Bevölkerungprognose 2009. Erstellt am 6. Oktober 2009

	Privathaushalte				Familien						
	Insgesamt	Einpersonenhaushalte	Mehrpersonenhaushalte	Ø Haushaltsgröße	Insgesamt	Ehepaare		Lebensgemeinschaften		Alleinerziehende Mütter[1]	Alleinerziehende Väter[1]
						ohne Kind(er)[1]	mit Kind(ern)[1]	ohne Kind(er)[1]	mit Kind(ern)[1]		
	in 1.000				in 1.000						
1984	2.765	743	2.022	*2,70*	2.037	593	1.107	49	30	226	32
1985	2.801	768	2.033	*2,67*	2.052	606	1.104	45	27	235	34
1986	2.818	779	2.039	*2,66*	2.055	607	1.105	45	29	236	33
1987	2.822	768	2.053	*2,66*	2.069	603	1.109	52	29	239	36
1988	2.849	786	2.064	*2,63*	2.079	618	1.121	50	25	234	31
1989	2.871	793	2.078	*2,62*	2.095	633	1.117	50	25	237	34
1990	2.913	814	2.099	*2,61*	2.114	633	1.122	57	29	236	37
1991	2.960	840	2.119	*2,59*	2.118	635	1.116	62	31	234	40
1992	3.006	845	2.161	*2,58*	2.153	637	1.122	68	39	247	39
1993	3.019	845	2.174	*2,59*	2.178	654	1.116	72	44	247	45
1994	3.061	860	2.201	*2,56*	2.222	664	1.089	112	72	246	38
1995	3.093	893	2.201	*2,54*	2.223	667	1.101	100	69	251	36
1996	3.121	913	2.208	*2,52*	2.226	669	1.094	98	75	253	37
1997	3.135	925	2.209	*2,51*	2.224	681	1.086	102	75	243	37
1998	3.159	939	2.220	*2,50*	2.236	695	1.071	111	83	241	34
1999	3.202	953	2.250	*2,47*	2.249	701	1.070	119	83	243	33
2000	3.237	977	2.260	*2,45*	2.265	717	1.045	124	89	252	37
2001	3.273	1.023	2.251	*2,43*	2.266	721	1.035	123	90	253	45
2002	3.314	1.060	2.255	*2,41*	2.271	717	1.044	128	93	244	45
2003	3.319	1.050	2.269	*2,42*	2.286	722	1.055	129	93	243	43
2004	3.429	1.168	2.261	*2,35*	2.282	702	994	160	134	248	45
2005	3.475	1.198	2.277	*2,34*	2.292	718	980	159	135	254	46
2006	3.508	1.219	2.289	*2,33*	2.311	725	990	162	138	251	44
2007	3.537	1.240	2.297	*2,32*	2.315	722	983	168	141	258	44
2008	3.566	1.261	2.305	*2,31*	2.326	727	985	174	144	251	45

Q: STATISTIK AUSTRIA, bis 2003 Mikrozensus (Durchschnitt der Monate März, Juni, September und Dezember); ab 2004 Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung (Durchschnitt aller Wochen eines Jahres bzw. Quartals). Erstellt am: 21.08.2009
1) Als Kinder gelten alle mit ihren beiden Eltern oder einem Elternteil im selben Haushalt lebenden leiblichen, Stief- und Adoptivkinder, die ohne eigene Partner im Haushalt leben und selbst noch keine Kinder haben - ohne Rücksicht auf Alter und Berufstätigkeit.

Abbildung 32: Privathaushalte und Familien 1984 bis 2008[1]

Jahr	Insgesamt	Männer	Frauen	Kinder, Jugendliche		Erwerbsalter			Ältere Menschen		
				0 bis 14 Jahre	0 bis 19 Jahre	15 bis 59 Jahre	15 bis 64 Jahre	20 bis 64 Jahre	60 Jahre und älter	65 Jahre und älter	75 Jahre und älter
1869	4.497.880	2.235.402	2.262.478	1.268.478	1.686.009	2.844.257	2.995.409	2.577.878	385.145	233.993	53.192
1880	4.963.528	2.448.644	2.514.884	1.454.992	1.894.102	3.048.801	3.228.362	2.789.252	459.735	280.174	63.949
1890	5.417.360	2.672.067	2.745.293	1.615.032	2.111.963	3.301.410	3.482.497	2.985.566	500.918	319.831	78.786
1900	6.003.845	2.968.237	3.035.608	1.779.184	2.338.976	3.677.312	3.879.988	3.320.196	547.349	344.673	92.641
1910	6.648.310	3.284.667	3.363.643	1.984.334	2.598.182	4.037.910	4.263.426	3.649.578	626.066	400.550	103.155
1934	6.760.044	3.248.173	3.511.871	1.601.541	1.994.900	4.330.092	4.623.107	4.229.748	828.411	535.396	148.429
1951	6.933.905	3.217.240	3.716.665	1.587.804	2.028.320	4.262.843	4.612.694	4.172.178	1.083.258	733.407	220.976
1961	7.073.807	3.296.400	3.777.407	1.584.629	2.101.811	4.189.200	4.615.973	4.098.791	1.299.978	873.205	294.137
1971	7.491.526	3.533.694	3.957.832	1.822.332	2.334.406	4.160.599	4.607.597	4.095.523	1.508.595	1.061.597	353.875
1981	7.555.338	3.572.426	3.982.912	1.510.564	2.168.746	4.591.116	4.898.780	4.240.598	1.453.658	1.145.994	457.105
1985	7.564.984	3.591.249	3.973.735	1.383.802	2.008.527	4.680.947	5.107.367	4.482.642	1.500.235	1.073.815	495.758
1990	7.677.850	3.675.559	4.002.291	1.345.495	1.859.455	4.786.713	5.185.743	4.671.783	1.545.642	1.146.612	530.433
1995	7.948.278	3.834.075	4.114.203	1.415.837	1.873.469	4.964.413	5.329.993	4.872.361	1.568.028	1.202.448	488.360
2000	8.011.566	3.874.717	4.136.849	1.365.466	1.850.715	4.994.701	5.410.260	4.925.011	1.651.399	1.235.840	567.703
2005	8.225.278	3.998.952	4.226.326	1.317.793	1.805.880	5.104.510	5.573.121	5.085.034	1.802.975	1.334.364	631.335
2006	8.267.948	4.022.516	4.245.432	1.304.156	1.796.894	5.151.823	5.585.940	5.093.202	1.811.969	1.377.852	643.915
2007	8.300.954	4.040.089	4.260.865	1.286.619	1.784.458	5.168.909	5.601.431	5.103.592	1.845.426	1.412.904	654.438
2008	8.336.549	4.058.635	4.277.914	1.269.556	1.770.673	5.186.511	5.629.109	5.127.992	1.880.482	1.437.884	662.239

Q: STATISTIK AUSTRIA, Volkszählungen (bis 1981); Statistik des Bevölkerungsstandes (Jahresdurchschnittswerte ab 1985). - Revidierte Ergebnisse für 2005 bis 2007. Erstellt am: 27.05.2009.

Abbildung 33: Bevölkerung seit 1869 nach Geschlecht bzw. breiten Altersgruppen[2]

[1] Quelle: Statistik Austria
[2] Quelle: STATISTIK AUSTRIA

B StakeholderInnenliste

Name	Firma/Hotel/Einrichtung/Verein etc.	Ort	Adresse	Interviewdatum	Interviewort
Anja Lenz	Grenzenlos barrierefrei reisen	A-8345 Straden	Hof 140	15.12.2009, 10:30 Uhr	Straden
Barbara Holzer	Wald der Sinne	A-8692 Neuberg/Mürz	Greith 4	14.12.2009, 10 Uhr	Neuberg/Mürz
Bernhard Liebmann	Marktgemeinde Laßnitzhöhe/Landhotel Liebmann	A-8301 Laßnitzhöhe	Liebmannweg 23	3.12.2009, 11 Uhr	Laßnitzhöhe
Christian Diry	Biosphärenpark Wienerwald	A-3002 Purkersdorf	Deutschwaldstraße 15/b	10.12.2009, 13:30 Uhr	Purkersdorf
Christian Muth	Ballonfahren macht Spaß GmbH	A-4400 Steyr	Fabrikstrasse 82	11.12.2009, 8:30 Uhr	Steyr
Christian Schwarzl	ÖBB			21.01.2010, 9 Uhr	Wien
DI (FH) Oskar Kalamidas	Stadtbauamt Graz - Referat barrierefreies Bauen	A-8020 Graz	Europaplatz 20	25.01.2010, 10 Uhr	Graz
DI Heimo Schön	Rufbussystem Ternitz	A-2630 Ternitz	Ganabachgasse 19	10.12.2009, 8:55 Uhr	Ternitz
DI Klaus Tolliner	Lognostik	A-8700 Leoben	Peter Tunner Strasse 14	9.12.2009, 10 Uhr	Leoben
DI Markus Hauser	Der Knotenpunkt	A-8045 Graz	Am Pfangberg 93	17.12.2009, 14 Uhr	Graz
Dir. Georg Bliem	Steiermark Tourismus	A-8042 Graz	St.-Peter-Hauptstrasse 243	22.01.2010, 10 Uhr	Graz
Dr. Angelika Laburda	IBFT	A-1100 Wien		9.12.2009, 10:10 Uhr	Wien
Dr. Markus Lassnig	Salzburg Research Forschungsgesellschaft	A-5020 Salzburg	Jakob Haringer Str. 5 | Techno 3 | 3.OG	18.12.2009, 10 Uhr	Salzburg
Erika Plevnik	ÖZIV	A-1100 Wien	Hauffgasse 3-5/3. OG	9.12.2009, 15:35 Uhr	Wien
Eva Ofner	Universalmuseum Joanneum	A-8020 Graz	Lendkai 1	22.12.2009, 10 Uhr	Graz
Franz Klopf	ÖZIV-Steiermark	A-8940 Liezen	Siedlungsstrasse 12	11.12.2009, 11:30 Uhr	Liezen
Gerhard Senkyr	Österreichischer Schwerhörigenbund-Dachverband	A-1150 Wien	Sperrgasse 8-10/9	22.01.2010, 8 Uhr	Wien
Günther Ennemoser	Alto Adige per Tutti - Südtirol für alle	I-39012 Meran	Laurinstrasse 2/d & 6/a	9.12.2009, 10:30 Uhr	Meran
Herr Promberger	Vive Diem - Ferienwohnungen	A-8967 Haus/Ennstal	Lehen 16	10.12.2009, 14 Uhr	Haus im Ennstal
HR Dr. Margareta Steiner	Bundessozialamt Steiermark	A-8021 Graz	Babenbergerstraße 35	22.1.2010, 10 Uhr	Graz
Ing. Günther Ertl	Technisches Büro für Verkehrstechnik	A-1238 Wien	Fischergasse 10	14.12.2009, 12 Uhr	Wien
Ing. Maria Rosina Grundner	ÖAR-Österreichische Arbeitsgemeinschaft für Rehabilitation	A-1010 Wien	Stubenring 2	16.12.2009, 14 Uhr	Wien
Ing. Wiesinger	Verband der Querschnittgelähmten Österreichs	A-1100 Wien	Sahulkastrasse 3/Stg.9/R10	27.01.2010, 14:45 Uhr	Wien
Irene Binder	Freizeit PSO Schladming	A-8970 Schladming	Schwaigerweg 19	10.12.2009, 17 Uhr	Rohrmoos
Josef Jakober	ATEC AG INGENIEURBÜRO AG	CH-6403 Küssnacht	Grepperstrasse 77	7.12.2009, 16 Uhr	telefonisch
Leo Pürrer	Behinderten Selbsthilfegruppe Hartberg	A-8230 Hartberg	Sparkassenplatz 4	16.12.2009, 10 Uhr	Hartberg
Mag. Britta Wagner	Hilfsgemeinschaft der Blinden und Sehschwachen Österreichs	A-1200 Wien	Jägerstrasse 36	21.01.2010, 14 Uhr	Wien
Mag. Esther Kurz	Wiener Pensionistenheime	A-1090 Wien	Porzellangasse 47	22.12.2009, 14 Uhr	Wien
Mag. Gerhard Höllerer	Österreichischer Blinden- und Sehbehindertenverband	A-1140 Wien	Hägelingasse 3/II. Stock	21.12.2009, 14:30 Uhr	Wien
Mag.(FH) Margit Kerndle	JUFA Gästehäuser	A-8020 Graz	Idlhofgasse 74	26.01.2010, 10 Uhr	Graz
Mag.(FH) Sandra Hasenburger	Kinderbüro Steiermark	A-8020 Graz	Nikolaiplatz 4a	21.12.2009, 10 Uhr	Graz
Michael Horvath	Erholungsparadies Berta	A-8990 Bad Aussee	Siegmund-Freud Strasse 222	10.12.2009, 10 Uhr	Bad Aussee
Roman Oberlojer	Busreisen Oberlojer	A-9754 Steinfeld	Radlach 38	10.12.2009, 10:30 Uhr	Radlach
Sabine Jammernegg	Pressedienst Land Steiermark	A-8010 Graz	Hofgasse 16	21.01.2010, 11 Uhr	Graz
Thomas Drechsler	Tourismusverband Alpenregion Nationalpark Gesäuse	A-8911 Admont	Hauptstrasse 35	17.12.2009, 9 Uhr	Admont
Ulrike Schwarz	Österreichischer Alpenverein	A-Linz		21.01.2010, 11:30 Uhr	Linz

C Grundkonzept „Barrierefreie BesucherInnenangebote im Nationalpark Gesäuse“

Das nachfolgende "Grundkonzept" wurde allen interviewten StakeholderInnen einige Tage vor dem Interview übersendet und diente als inhaltliche Vorabinformation für die Interviews. Es stellt den Projektstand Herbst 2009 dar. Die erlangten Erkenntnisse und Empfehlungen, welche die VerfasserInnen durch die Diplomarbeit gewonnen haben, sind demnach nicht Bestandteil dieses Grundkonzeptes.

UMWELT MANAGEMENT AUSTRIA
Ihr Partner für Erfolg mit Umweltschutz

NATIONALPARK GESÄUSE

Barrierefreie BesucherInnenangebote im Nationalpark Gesäuse

Grundkonzept

1 Regionale Ausgangslage

1.1 Lage

Der Nationalpark Gesäuse befindet sich in der Obersteiermark auf halber Strecke zwischen Graz und Linz – im „Herzen Österreichs“. Er hat eine Fläche von 11.000 ha (110 Quadratkilometer), wobei das das Nationalparkgebiet unbewohnt ist. In diesem Gebiet befinden sich lediglich einige Schutzhütten sowie Almen, welche über die Sommermonate bewirtschaftet sind.

Der Nationalpark Gesäuse ist Teil der Tourismusregion „Alpenregion Nationalpark Gesäuse“ die sich über 12 Gemeinden erstreckt. Es sind dies die Gemeinden Ardning, Admont, Hall, Weng im Gesäuse, Johnsbach, Hieflau, Landl, St. Gallen, Weissenbach, Altenmarkt, Gams und Palfau.

In der Tourismusregion befindet sich auch der Naturpark Eisenwurzen, welcher in untenstehender Abbildung 1 hellblau eingefärbt ist. Im Gegensatz zum Nationalpark sind im Naturpark die besiedelten Gebiete mit eingeschlossen.

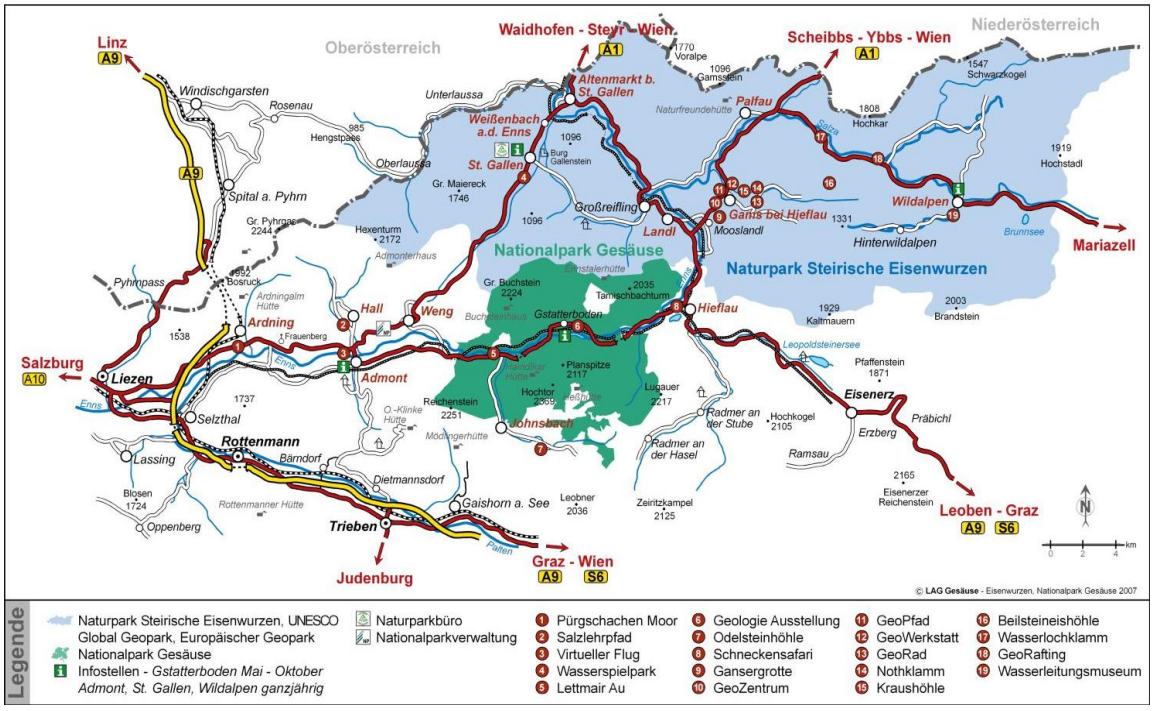


Abbildung 1: Übersichtskarte der Alpenregion Nationalpark Gesäuse mit dem Nationalpark (grün eingefärbt) sowie dem Naturpark Eisenwurzen (hellblau eingefärbt)

Ein weiteres Highlight der Region ist das Benediktinerstift Admont mit der weltweit größten Klosterbibliothek.

1.2 Anbindung an den Öffentlichen Verkehr

Durch den Nationalpark bzw. auch durch die umliegende Tourismusregion führt eine Eisenbahnlinie, allerdings ohne regelmäßigen Personenverkehr. Am Wochenende gibt es noch eine Zugsverbindung ab Wien (samstags) bzw. nach Wien (sonntags), die als Erlebniszug geführt wird.

Ansonsten sind die Bahnhöfe Liezen bzw. Selzthal bzw. Kleinreifling/Weissenbach a.d. Enns die Ankunftsbahnhöfe für Besucher des Nationalparks. Von dort verkehren zumindest im Zweistundentakt Busse in Richtung Nationalpark bzw. in die Tourismusregion. Darüber hinaus gibt es in der Region ein gut funktionierendes Rufbussystem.

1.3 Regionale organisatorische Tourismusstruktur

Die 12 Gemeinden der Tourismusregion „Alpenregion Nationalpark Gesäuse“ sind durch einen einzigen Tourismusverband touristisch vernetzt. Der Tourismusverband betreibt in Bürogemeinschaft mit der Nationalparkverwaltung ein Informationszentrum im Ortszentrum der Nationalparkgemeinde Admont.

Die Nationalparkverwaltung betreibt ein vollkonzessioniertes Reisebüro, über das Pauschalgruppenangebote (inkl. Nächtigung und Verpflegung) angeboten und abgewickelt werden.

2 Bereits vorhandene bzw. geplante barrierefreie BesucherInnenangebote im Nationalpark Gesäuse

2.1 Überblick der BesucherInneneinrichtungen

Eine Reihe von Besuchereinrichtungen im Tal bzw. Talnähe der Enns sind aufgrund ihrer Lage und Ausrichtung optimal für Personen mit Mobilitätseinschränkung geeignet.

- Nationalpark Erlebniszentrum im Weidendom
- Umfeldgestaltung des Weidendoms zu einem „Erlebbaren Ökologischen Fussabdruck“
- Themenweg „Lettmair Au“
- Rauchbodenweg
- Geologieausstellung im Nationalpark-Pavillon Gstatterboden
- Umfeldgestaltung des Nationalparkpavillons unter dem Motto „Landschaft in der Horizontale“

Die folgende Karte stellt die Lage dieser sechs BesucherInneneinrichtungen im Nationalpark dar.

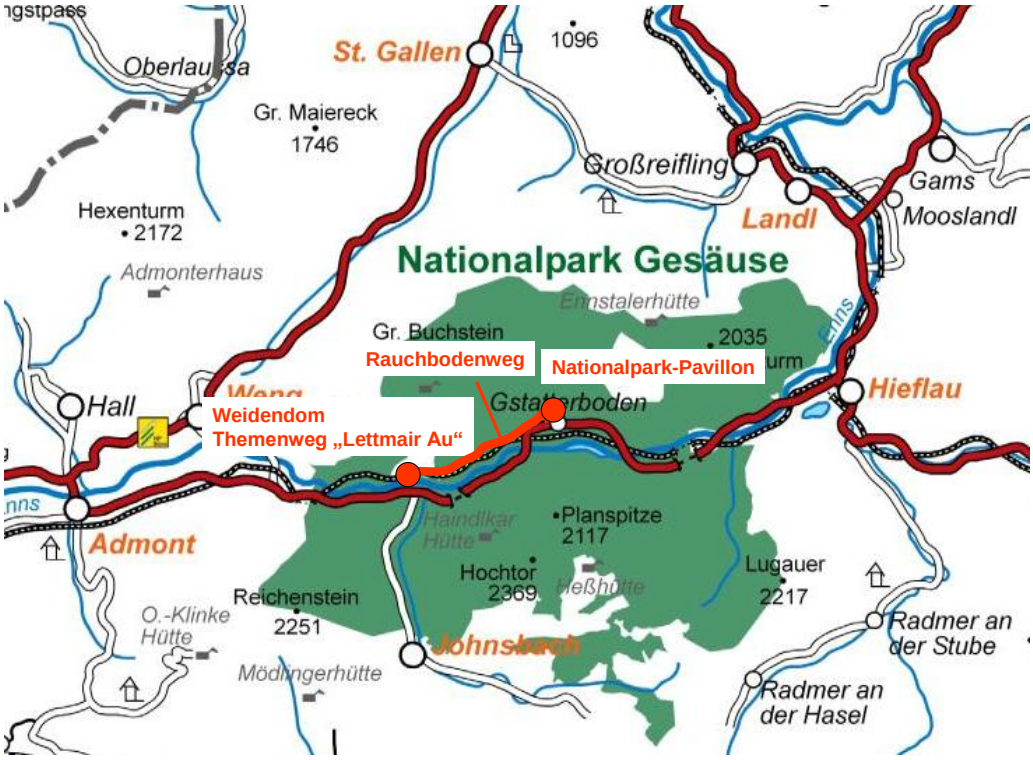


Abbildung 2: Die Lage der der BesucherInneneinrichtungen im Nationalpark Gesäuse

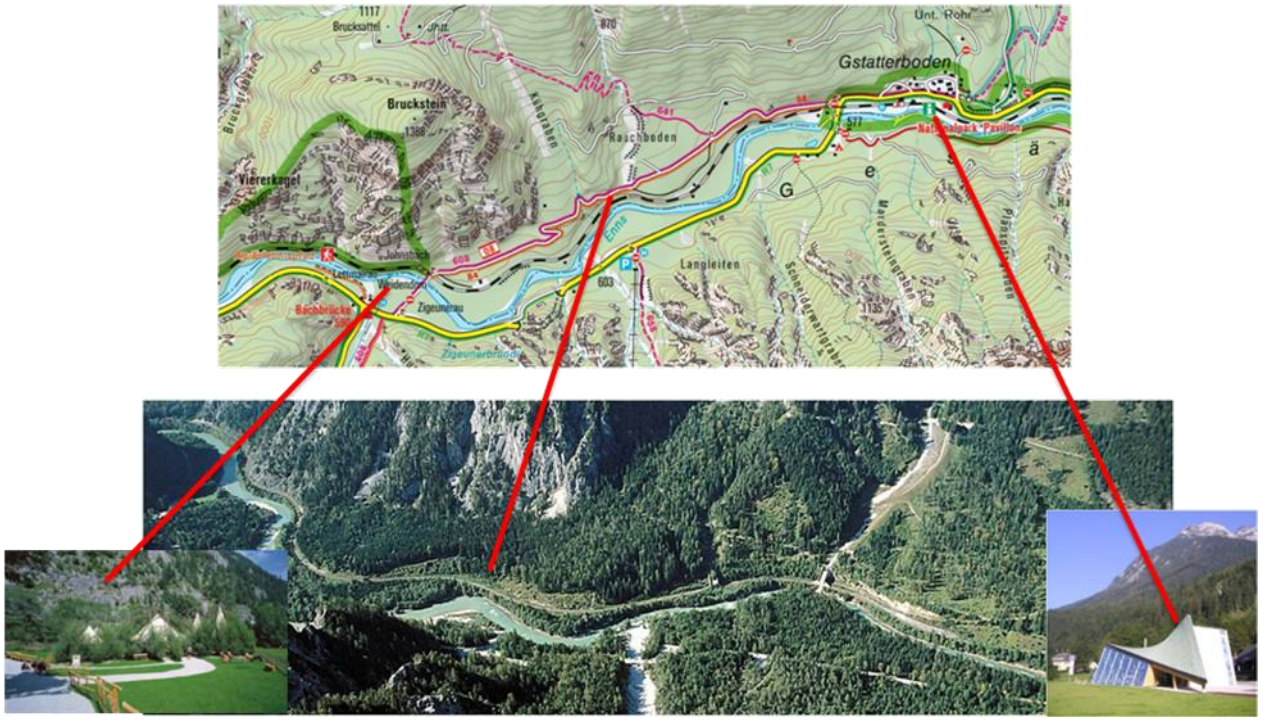


Abbildung 3: Weidendom, Rauchbodenweg und Nationalparkpavillon Gstatterboden stellen die wichtigsten Eckpfeiler des geplanten barrierefreien BesucherInnenangebotes im Nationalpark dar.

Barrierefreier Angebotsverbund

Herzstücke der oben erwähnten, bereits vorhandenen bzw. geplanten, barrierefreien BesucherInneneinrichtungen sind einerseits der Weidendom und andererseits der Nationalparkpavillon in Gstatterboden. Direkt an den Weidendom angeschlossen ist der Themenweg „Lettmair Au“. Der Rauchbodenweg, ein ca. 4 Kilometer langer Spazierweg, verbindet den Weidendom mit dem Nationalpark-Pavillon in Gstatterboden. Diese Angebote sind somit miteinander verbunden und stellen dadurch ein attraktives Angebot für Besucherinnen und Besucher des Nationalparks Gesäuse dar, selbst wenn die Menschen in ihrer Mobilität beeinträchtigt sind. Das Personal des Nationalparks steht zu den Öffnungszeiten von Weidendom und Geologieausstellung jederzeit gerne mit Informationen und Hilfestellungen zur Verfügung und speziell ausgebildete Nationalpark Ranger begleiten vorangemeldete Gruppen jeder Art.

2.2 Die BesucherInneneinrichtungen im Einzelnen

2.2.1 Nationalpark Erlebniszentrum im Weidendom

Der Weidendom im Nationalpark Gesäuse ist das größte lebendige Bau(m)werk des Alpenraums. Erbaut wurde der Weidendom 2003 mit über 100 freiwilligen HelferInnen, zu welchen auch Klienten der Lebenshilfe zählten. Inzwischen sprießt und „wuchert“ der Weidendom, und bildet den Rahmen für das „Nationalpark-Erlebniszentrum im Weidendom“. Hier können sich die Besucherinnen und Besucher über den Nationalpark informie-

ren, an Programmen teilnehmen oder einfach nur die Seele vor dem großartigen Panorama der Hochtorgruppe baumeln lassen. Das so genannte „Forschungsprogramm“ soll jeder und jedem Interessierten die Faszination des Lebens in Boden und Wasser näher bringen. Gemeinsam mit fachkundig ausgebildeten Nationalpark Rangern werden Kleinstlebewesen aus dem Tümpel „gekeschert“ oder aus dem Waldboden „gesiebt“, mit Mikroskopen selbständig unter Anleitung, bestaunt und näher bestimmt und abschließend im „Mikrotheater“ auf eine große Leinwand projiziert um einen Einblick in das spannende Leben eines Wasserflohs oder einer Assel zu erhalten.

Im Nationalpark-Erlebniszentrum im Weidendom herrscht im Zeitraum Mai – Oktober Betrieb. In den Monaten Mai, Juni und September ist der Weidendom an den Wochenenden, im Juli und August täglich von 10:00 – 18:00 Uhr geöffnet. Gruppen können nach Voranmeldung jederzeit an einem Forschungsprogramm oder einer geführten Wanderung teilnehmen.

Das Areal des Nationalpark-Erlebniszentrums im Weidendom ist mit einem rollstuhlgerechten WC ausgestattet. Dieses WC ist für Personen mit einem Eurokey rund um die Uhr zugänglich. Bei der Gestaltung des Weidendoms wurde auf eine rollstuhltaugliche Gestaltung der Wege und Anlagen Wert gelegt – die gesamte Anlage kann von RollstuhlfahrerInnen mit Hilfe genutzt werden, großteils sogar ohne Hilfe. Auch am Besucherprogramm im Weidendom (Forschungswerkstatt) können RollstuhlfahrerInnen teilnehmen.

Projektstatus: Derzeitiger Stand der Anlage beim Weidendom hinsichtlich Barrierefreiheit: Anlage ist derzeit rollstuhltauglich

Abbildung 4: Der Weidendom – das größte lebendige Bau(m)werk der Alpen ist für Rollstuhlfahrer-Innen geeignet

Abbildung 5: Der Zugang zum Weidendom (feinplanierter Fahrstreifen am Rande des grob geschotterten Weges)

2.2.2 Umfeldgestaltung des Weidendoms zu einem „Erlebbaren Ökologischen Fußabdruck“

Adaptierungen im Bereich des Weidendoms: Sommer 2010 bis Sommer 2011

- Barrierefreie Ausgestaltung des „Ökologischen Fußabdrucks“
- Optimierung der barrierefreien WC-Anlage beim Weidendom
- Anlage eines barrierefreien Parkplatzes direkt beim Weidendom
- Kleinere Adaptierungen im Bereich der Infohütte hinsichtlich Barrierefreiheit

Abbildung 6: Der geplante erlebbare „ökologische Fußabdruck“ neben dem Weidendom soll barrierefrei ausgestaltet sein.

Das Nationalpark-Erlebniszentrum soll in den kommenden Jahren, mehr noch als bisher, zum Begegnungsort werden – die Infohütte direkt beim Weidendom wird mit einer Bibliothek zum Thema Nationalpark und Nachhaltigkeit ausgestattet und fair gehandelte und biologisch erzeugte Getränke laden die Besucherinnen und Besucher zu einem längeren Aufenthalt ein. Weiters wird das Areal um einen begehbaren „Ökologischen Fußabdruck“ erweitert. Dabei soll den Besuchern eine humorvolle und einprägsame Auseinandersetzung mit seinem persönlichen Ressourcenverbrauch ermöglicht werden. Diese Anlage soll, durchgehend geeignet für Personen mit Behinderung, die Nachhaltigkeit des eigenen Handelns für die BesucherInnen erlebbar machen. Der Nationalpark Gesäuse versteht sich auch in diesem Bereich als Vorreiter für eine kritische und zugleich pointierte Auseinandersetzung mit den großen Herausforderungen der heutigen Gesellschaft.

Projektstatus: Umsetzung von Sommer 2010 bis Sommer 2011

2.2.3 Themenweg „Lettmair Au“

Der Themenweg „Lettmair Au“ hat seinen Ausgangspunkt direkt beim Nationalpark-Erlebniszentrum beim Weidendom. Als interaktiv gestalteter barrierefreier Themenweg bietet er einen Überblick über einen der letzten naturnahen Abschnitte der Enns und die Aulandschaft im Gesäuse. Die interaktiven Erlebnisstationen ermöglichen ein Naturerlebnis mit allen Sinnen – Tasten, Hören, Sehen und Riechen sind die Zugänge zur Natur. Rund um eine Buche kann Platz genommen werden um den Geschichten des alten Baumes zu lauschen. Ein Wasserspieltisch lädt ein zum Bauen von Staudämmen und Flusssystemen. Dreidimensionale Bilder geben einen Überblick über den Verlauf der Jahreszeiten in der Au und die geöffnete Borke eines Baumes ermöglicht Einblicke in das vielfältige Leben in einem toten Baum.

Abbildung 7: Der Wasserspieltisch

Abbildung 8: „Die sprechende Buche“

Der Themenweg „Lettmair Au“ ist – je nach Schneelage – das ganze Jahr über zugänglich. Die Erlebnisstationen und Thementafeln sind von April bis Oktober (je nach Witterungslage) aufgebaut und benutzbar. Der Themenweg kann sowohl individuell genutzt, als auch im Rahmen einer Führung besucht werden.

Der gesamte Themenweg ist für RollstuhlfahrerInnen mit Hilfe geeignet. Durch Anforderungen des Geländes, sind nicht alle Wegbereiche oder Rampen für Rollstuhlfahrer und –innen ohne Hilfe befahrbar. Die Thementafeln sind so angebracht, dass sie auch vom Rollstuhl aus gelesen werden können; ebenso sind die Stationen „Sprechende Buche“ und „Jahreszeitenbetrachter“ für Menschen mit Rollstuhl nutzbar. Personen mit anderen Mobilitätsbeeinträchtigungen können alle Erlebnisstationen nutzen.

<u>Geplante Adaptierungen des Themenwegs „Lettmair Au“</u>

- Anlage eines eigenen rollstuhlgerechten Parkplatz beim Themenweg „Lettmair Au“
- Kleinere Adaptierungen der Neigung des Weges und der Rampen in Teilbereichen hinsichtlich Rollstuhltauglichkeit
- Aufstellen von mehr Sitzbänken

<u>Projektstatus: Umsetzung Sommer 2010</u>

2.2.4 Rauchbodenweg

Der Rauchbodenweg verbindet als talnaher Wander- oder Spazierweg den Weidendom mit Gstatterboden. Eine knapp vier Kilometer lange Forststraße führt mit geringen Neigungen entlang der Enns flussabwärts. Um die BesucherInnenangebote des Nationalparks Gesäuse zu verbinden, bietet er sich optimal an.

Abbildung 9: Der Rauchbodenweg bietet fantastische Ausblicke. Er ist derzeit noch nicht barrierefrei ausgestaltet, soll aber unter anderem mittels SWISS•TRACs für RollstuhlfahrerInnen erlebbar gemacht werden.

Der Rauchbodenweg ist das ganze Jahr über zugänglich, er wird allerdings im Winter nur teilweise geräumt.

Durch die Ausgestaltung des Rauchbodenwegs als Forststraße ist er prinzipiell gut zum Befahren mit Rollstühlen geeignet. Um allerdings die Länge von 4 Kilometern und die fallweise größeren Neigungen zu überwinden, werden vom Nationalpark Gesäuse Zuggeräte (SWISS•TRAC) für Rollstühle angeschafft. Diese werden – nach Vorreservierung – je nach Wunsch beim Weidendom oder in Gstatterboden bereitgestellt und ermöglichen auf diese Weise ein selbstbestimmtes Naturerlebnis. Zusätzlich gibt es im Nationalpark Gesäuse ab 2010 ein mobiles Informationssystem für BesucherInnen. Dieser mobile Wanderführer soll Personen, zusätzlich zu herkömmlichen geführten Wanderungen und den BesucherInnenangeboten des Nationalparks Gesäuse, Informationen über den Nationalpark zeit- und ortsunabhängig geben. Der mobile Wanderführer „XEIS Guide“ wird auch entlang des Rauchbodenwegs Informationen anbieten. Hier wird vor allem für Personen,

die aufgrund zeitlicher oder sonstiger Gründe nicht weiter oder höher in das Gebiet vordringen wollen oder können, „der Nationalpark entlang eines Weges“ präsentiert.

Abbildung 10: SWISS•TRAC – „der rollende Wanderschuh“ (www.swiss-trac.ch)

Abbildung 11: SWISS•TRACs eignen sich sehr gut zum Befahren von Forststraßen bis 20% Neigung

Geplante Adaptierungen des Rauchbodenwegs hinsichtlich Barrierefreiheit

- Adaptierungen entlang des Weges in Hinblick auf Barrierefreiheit (Furtenquerungen, Querung Bundesstraße, Geländer auf ausgesetzten Standorten, Entschärfung von kritischen Neigungsverhältnissen, Beschilderung etc.)
- Übersetzung Bahnübergang
- Schaffung von mehr Sitzgelegenheiten

- Ankauf mehrerer SWISS•TRACs inkl. Infrastruktur für Wartung, Lagerung und Ausgabe der Geräte
- Gegebenenfalls Schaffung eines Unterstandes bei ca. halber Wegstrecke
- Adaptierung der „XEIS Guides“ im Hinblick auf Barrierefreiheit

Projektstatus: Umsetzung Sommer 2010 bis Sommer 2011

2.2.5 Geologieausstellung im Nationalpark-Pavillon in Gstatterboden sowie Gestaltung des Umfeldes beim Nationalparkpavillon

Der Nationalpark-Pavillon in Gstatterboden ermöglicht spektakuläre Ausblicke auf die Felsabbrüche der Hochtorgruppe, der markantesten Berggruppe im Nationalpark Gesäuse. Der Nationalpark-Pavillon beherbergt einen Gastronomiebetrieb und eine interaktive, geologische Ausstellung, welche die BesucherInnen auf eine fiktive Zeitreise zur Entstehung der Gesäuselandschaft mitnimmt. Der virtuelle Nationalpark Ranger „Sepp“ begleitet auf lustige Weise die Aufgaben und Abenteuer, die die BesucherInnen während der Entdeckungsreise bestehen. Anschließend an den Besuch in der Geologieausstellung bietet es sich an, vor dem beeindruckenden Panorama der Gesäuseberge auf der Terrasse Kaffee und Kuchen zu genießen.

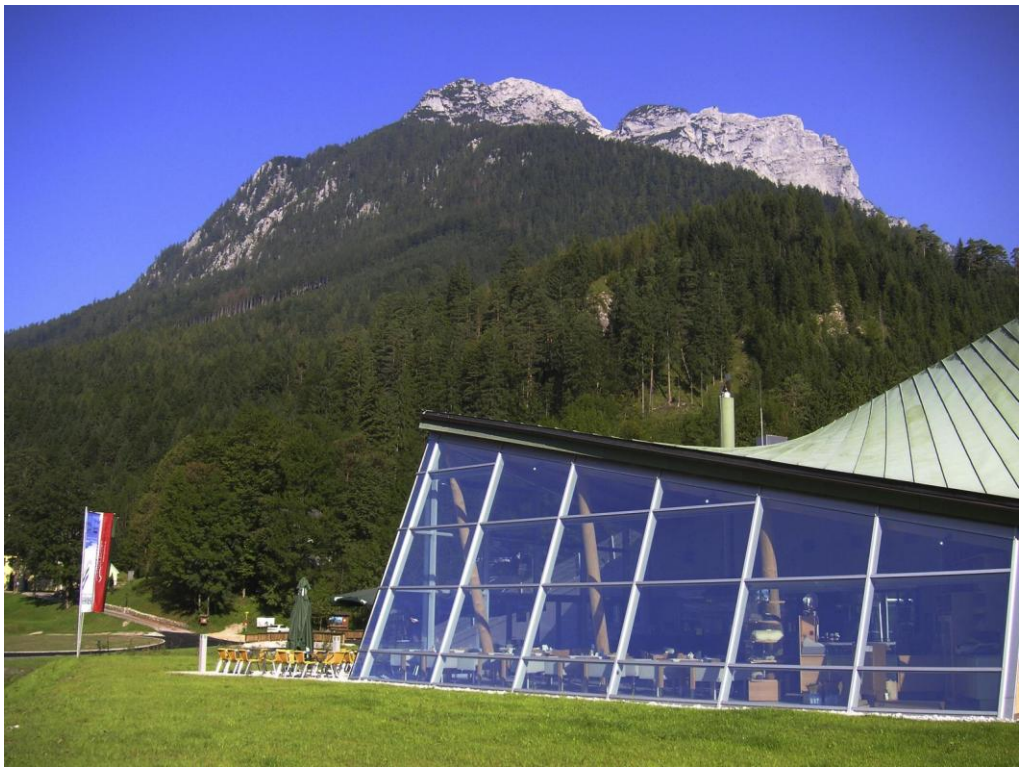


Abbildung 12: Der Nationalpark-Pavillon in Gstatterboden

Abbildung 13: Die Geologieausstellung im Nationalparkpavillon ist großteils barrierefrei ausgestaltet

Geöffnet sind Gastronomiebetrieb und Geologieausstellung von Mai bis Oktober, jeweils von 10:00 – 18:00 Uhr sowie nach Voranmeldung außerhalb der Öffnungszeiten.

Geplante Adaptierungen beim Nationalparkpavillon

Ab Sommer 2010 findet eine Umgestaltung der Fläche um den Nationalpark-Pavillon herum zu einem Erlebnisbereich statt. Unter dem Motto „Landschaft in der Horizontale“ werden die unterschiedlichen Lebensräume des Gesäuses um den Pavillon akustisch aufbereitet und somit in der Ebene begehbar. Auch auf diese Art und Weise wird das gesamte Gesäuse einmal mehr für Personen mit Mobilitätsbeeinträchtigung erleb- und erfassbar.

- Barrierefreie Gestaltung des Umfelds „Landschaft in der Horizontale“
- Kleinere Adaptierungen im Nationalpark-Pavillon im Hinblick auf Barrierefreiheit
- Anlage eines eigenen barrierefreien Parkplatz vor dem Pavillon

Projektstatus: Umsetzung Sommer 2010 bis Sommer 2011

3 Geplante Angebotsentwicklung zu den geschaffenen barrierefreien BesucherInneneinrichtungen

3.1 Aspekte im Rahmen der Entwicklung barrierefreier touristischer Produkte bzw. touristischer Angebote zu berücksichtigen sind

- Ansprüche der Zielgruppen bezüglich der Anforderungen an die Infrastruktur im Projektgebiet
- Ansprüche der Zielgruppen hinsichtlich der inhaltlichen und organisatorischen Gestaltung von Führungen
- Aspekte hinsichtlich des Anbietens von Gruppenpauschalen
- Aspekte der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit
- Aspekte der Buchung

3.2 Aspekte, die im Rahmen der Kommunikation und Distribution barrierefreier touristischer Produkte bzw. touristischer Angebote zu berücksichtigen sind

- Aspekte der Werbung und Öffentlichkeitsarbeit
- Aspekte der Buchung

3.3 Aspekte im Rahmen der An- und Abreise bzw. Mobilität mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu berücksichtigen sind

3.4 Weitere Aspekte, die im Rahmen der sonstigen touristischen Servicekette zu berücksichtigen sind

Maßnahmen, die zur Herstellung einer durchgängigen touristischen Servicekette gesetzt werden müssen; das sind:

- Vorbereiten, Informieren, Buchen
- An- und Abreise
- Ankommen und Orientieren
- Wohnen und Schlafen in der Region um den Nationalpark Gesäuse
- Essen und Trinken in der Region um den Nationalpark Gesäuse
- etwaiger Einbeziehung anderer Freizeit-, Unterhaltungs-, Kultur und Sporteinrichtungen
- Service und Assistenz
- Einkaufsmöglichkeit in der Tourismusregion Nationalpark Gesäuse

- Erinnerung und Bestätigung finden
- Einbeziehung sonstiger barrierefreier Freizeitangebote im näheren aber auch weiteren Umfeld des Nationalparks

3.5 Ziele der Diplomarbeit

Aufbauend auf einer StakeholderInnenbefragung mittels qualitativer Interviews (40 Personen) soll ein Konzept für den laufenden Betrieb von barrierefreien Besucherangeboten im Nationalpark Gesäuse im Projektgebiet „Weidendom/Lettmair Au/Rauchbodenweg/Nationalparkpavillon“ erarbeitet werden. Dabei soll auf die Ausgewogenheit von Ökologie und Ökonomie geachtet werden. Im Rahmen des Konzeptes für den laufenden Betrieb sollen auch die notwendigen personellen Ressourcen und logistischen Rahmenbedingungen konzipiert werden.

Darauf aufbauend sollen die wesentlichen Aspekte hinsichtlich der touristischen Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik für barrierefreie Besucherangebote (Marketingkonzept) unter den Gesichtspunkten einer ökologischen, sozialen und ökonomischen Ausgewogenheit abgeleitet werden.

Im Gesamtkonzept inkl. des Marketingkonzepts (Produkt/Preis/Kommunikations- und Distributionspolitik) sollen sämtliche Aspekte einer durchgängigen touristischen Servicekette für rollstuhlgerechte Freizeit- bzw. Urlaubsangebote Berücksichtigung finden. Dazu sollen neben der barrierefreien Besucherinfrastruktur direkt im Nationalpark viele weitere Aspekte der sonstigen touristischen Servicekette im Hinblick auf Barrierefreiheit (siehe Punkt 3.4) aufgezeigt werden.

D Interviewleitfaden

1 Interviewleitfäden

Leitfaden für VertreterInnen von Behindertenorganisationen und ExpertInnen im Bereich Barrierefreiheit

1.1 Einleitung

Am Beginn des Interviews sollten die InterviewerInnen darauf hinweisen, dass er Laie ist im Bereich „Barrierefreiheit". Die ExpertInnen sind dann evtl. nachsichtiger bei für Behindertenorganisationen vielleicht überflüssigen Fragen und man bekommt außerdem mehr Informationen und zusätzliche Erklärungen.

1.1.1 Kurzvorstellung des Grundkonzeptes

Dauer max. 5 Minuten; Durchführung anhand eines reichbebilderten Handouts, welches in textlicher Form lediglich einige stichpunktartige Aufzählungen und prägnante Schlagworte aufweist.

1.1.2 Zur Person, zur Organisation, Zuständigkeit und Rolle im Bereich des „Barrierefreien Tourismus"

Beschreiben Sie bitte kurze Ihre Institution, Ihre Aufgabenbereiche bzw. Ihre diesbezüglichen Kompetenzen!

Haben Sie Erfahrung zum Thema „Barrierefreier Tourismus"? Wenn ja, in welchem Bereich?

Hintergrund der Frage:

- Man erfährt, ob bzw. inwieweit der/die InterviewpartnerIn zum Thema „Tourismus" fachlich versiert ist bzw. welche Kernkompetenzen der/die InterviewpartnerIn hat.

Zu beachten:

- Lediglich sehr kurze Antwort zulassen, da ansonsten zu viel Zeit verloren geht.

1.1.3 Anforderungen an die Infrastruktur im Projektgebiet

In welchen Abständen sind barrierefreie WCs entlang eines Weges mit 5 km Länge (Rauchbodenweg) erforderlich, wobei am Anfangs- und Endpunkt barrierefreie WCs bereits vorhanden sind?

Sollten etwaige Unterstände als Schutz vor Regen bzw. zur Benützung als Raststation entlang des 5 km langen Rauchbodenweges eine besondere Ausstattung haben? Wie viele Unterstände würden Sie empfehlen?

Hintergrund der Frage:

- Es geht insbesondere darum, ob die verschiedensten Zielgruppen (Menschen mit unterschiedlichen Formen von Behinderung) eine besondere Ausstattung an den Unterständen benötigen oder bzw. diese als sinnvoll sehen.

Zu beachten:

- Jeder Mensch freut sich über einen Unterstand, nicht nur Menschen mit Behinderung. Die Frage daher sehr sensibel stellen.

Welche Notrufmöglichkeiten müssen im Projektgebiet vorhanden sein?

Hintergrund der Frage:

- Welche Notrufmöglichkeiten sind aus Sicht der Stakeholder beim personell besetzen Weidendom und Nationalparkpavillon (Handy, Notrufsäule, Sms-Nummer etc.) notwendig oder sinnvoll.
- Welche Notrufmöglichkeiten entlang des Rauchbodenweges (Verleih von Handy, Sms-Nummern o.a.) notwendig oder sinnvoll.

Welche Empfehlungen können Sie uns geben, um die ungesicherte Straßenquerung über die Ennstal-Bundesstraße barrierefrei und sicher zu gestalten?

Hintergrund der Frage:

- Bundesstraße muss zweimal überquert werden.
- Wie kann die Überquerung erfolgen im Rahmen von Führungen oder seitens von IndividualbesucherInnen.
- Dies ist eine sehr wichtige Auskunft für die Nationalparkverwaltung.

Zu beachten:

- Diese Frage muss sehr vorsichtig gestellt werden, da Straßenüberquerungen prinzipiell immer eine Gefahr darstellen, egal ob man eine Behinderung hat oder nicht.
- Die Frage soll so gestellt werden, dass sie einen direkten Bezug zur Zielgruppe hat (z.B. dass RollstuhlfahrerInnen und SeniorInnen mehr Zeit benötigen und Angst haben, unter Stress die Straße zu überqueren oder dass blinde Menschen eine akustische Ampel benötigen).

Welche sonstigen baulichen bzw. infrastrukturellen Gegebenheiten (über die bestehende bzw. geplante Infrastruktur hinaus) sollten vorhanden sein, damit Menschen mit Behinderung das Angebot optimal nutzen können?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung von etwaig notwendigen Serviceeinrichtungen, an die man als „Nichtbetroffener“ nicht denkt, die aber sehr nützlich für die betroffenen Zielgruppen (Menschen mit unterschiedlichsten Formen der Behinderung) sind.

Zu beachten:

- Es geht bei dieser Frage nicht um prinzipielle Notwendigkeiten hinsichtlich der Ausgestaltung barrierefreier Infrastruktur (behinderten-gerechter Parkplatz, WC etc.), sondern um etwaige nützliche Zusatzeinrichtungen.

1.2 Produkt- und Preisgestaltung

Beschreiben Sie die Wichtigkeit von auditiven bzw. optischen Informationen entlang des Wegverlaufes am Rauchbodenweg!

Hintergrund der Frage:

- Die Frage stellt sich, ob über den „XEIS Guide“ hinaus, zusätzliche Stationen – mit vertretbarem finanziellen Aufwand bzw. einfachen aber innovativen Mitteln – für die verschiedensten Zielgruppen (Menschen mit unterschiedlichsten Formen der Behinderung) sinnvoll wären.

Zu beachten:

- Diese Frage muss sehr vorsichtig gestellt werden: Laut Behindertengleichstellungsgesetz müssen alle Menschen den gleichen Zugang haben. Das bedeutet bei blinden oder sehbeeinträchtigten Personen, dass akustische Informationen vorhanden sein müssen und bei gehörlosen und schwerhörigen Personen, dass sichtbare Informationen vorhanden sein müssen.
- Wenn die Frage aber sachlich und vorsichtig gestellt wird, könnte man Informationen darüber erhalten, warum es so wichtig ist (als Argument beim Marketing oder der Umsetzung) und es kann besser abgeschätzt werden, ob der „XEIS Guide“ adaptiert werden soll bzw. ob sich Investitionen in diesem Bereich lohnen.

Würden Sie den Einsatz von Gebärdensprachenvideos im Zuge der Verwendung von „XEIS Guides“ empfehlen, oder würde aus Ihrer Sicht eine textliche Beschreibung ausreichen? Worauf sollte man bei der textlichen Beschreibung achten?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung notwendiger Adaptierungen im Zuge der Programmierung der „XEIS Guides“.

Der Nationalpark überlegt, auch spezielle Gruppenführungen für Menschen mit Behinderung anzubieten. Würden Sie dies befürworten bzw. gibt es aus ihrer Sicht diesbezüglich eine Nachfrage? Wenn ja: worauf sollte man bei der Gestaltung einer „speziellen Führung“ achten und gibt es Erfahrung mit diesbezüglichen Gruppengrößen?

Hintergrund der Frage:

- Spezialführungen versus Integrative Führungen: Vor- und Nachteile
- Ableitung der touristischen Potentiale: gibt es einen touristisch relevanten Markt, um für gewisse Zielgruppen „Spezialführungen“ anzubieten oder ist das touristische Potential eher gegeben, wenn die Nationalparkverwaltung verstärkt auf „Integrative Gruppenführungen“ setzt.

Zu beachten:

- Es könnte für manche Behindertenorganisationen schon als Diskriminierung aufgefasst werden, dass überhaupt darüber nachgedacht wird, "Extraführungen" anzubieten.

Die Nationalparkverwaltung möchte natürlich auch „integrative Gruppenführungen“ anbieten. Inwiefern müssen integrative Gruppenführungen auf die unterschiedlichen Zielgruppen abgestimmt werden und worauf sollte man bei der Gestaltung einer „integrativen Führung“ achten?

Hintergrund der Frage:

- Führungspersonal soll gut geschult sein und Kenntnisse darüber haben, wie man mit Menschen mit Behinderung umgehen muss bzw. was einzelne Zielgruppen hinsichtlich der Gestaltung einer Führung für Ansprüche stellen.
- Zum Beispiel sollte die FührerInnen wissen, dass Menschen mit Lernschwierigkeiten oft Schwierigkeiten mit Fremdwörtern haben, SeniorInnen sich oft setzen möchten, Blinde gerne fühlen etc.
- Es geht also bei der Frage darum, worauf die FührerInnen im Bezug zur Art der Behinderung im Rahmen einer integrativen Führung achten müssen.
- Ableitung von etwaigen Schulungsmaßnahmen für die FührerInnen des Nationalparks.

Zu beachten:

- Vermutlich kann diese Thematik im Zuge dieser Fragestellung aus Zeitgründen nicht erschöpfend behandelt werden. Es geht hier lediglich um wichtige Aspekte.

Welche Dauer einer Führung bzw. der Angebotsnutzung (ohne Führung) empfehlen Sie im Vergleich zur Anreisezeit?

Hintergrund der Frage:

- Oft reisen TouristInnen und BesucherInnen sehr lange an, auch innerhalb Österreichs. Wie lange muss das Angebot mindestens dauern, damit sich für sie die Anreise gelohnt hat?
- Mögliche Antworten wären z.B., dass das Angebot mind. gleich lang wie die Anreise dauern sollte oder dass man ab einer Anreise von über 2 Stunden ein Tagesangebot vorfinden sollte.
- Diese Frage bringt wichtige Erkenntnisse für das Marketingkonzept.

Spielt die finanzielle Situation bei bestimmten Zielgruppen eine große Rolle in Bezug auf Kosten bzw. Nutzung von barrierefreien Freizeitangeboten?

Hintergrund der Frage:

- Erlangung von wichtigen Erkenntnissen für die Preispolitik des Nationalparks im Rahmen von barrierefreien BesucherInnen-angeboten.
- Leitet indirekt zur nächsten Frage über.

Zu beachten:

- Frage muss sensibel gestellt werden, da sie auch als Diskriminierung verstanden werden kann.
- Möglich wären z.B. folgenden Antworten: da es im Verband vermehrt Personen gibt, die in betreuten Wohnanlagen wohnen oder pflegebedürftig sind, haben diese nicht so viele finanzielle Mittel zur Verfügung.
- Natürlich gibt es auch bei Menschen mit Behinderung unterschiedliche "Schichten".
- Grundsätzlich muss aber angemerkt werden, dass es immer ums Geld geht, egal ob man eine Behinderung hat oder nicht.

Welche Formen der Eintrittspreis-Ermäßigung für Menschen mit Behinderung bzw. deren AssistentInnen erachten Sie als sinnvoll?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage gibt wichtige Aufschlüsse über die Preisgestaltung.

Zu beachten:

- Mögliche Varianten: 1. AssistentIn gratis, Mensch mit Behinderung (MmB) zahlt voll 2. Ass. zahlt voll, MmB gratis, 3. Ass. zahlt voll, MmB zahlt ermäßigt.

Der Rauchbodenweg ist außerhalb von Führungen bei freiem Eintritt begehbar. Ist es aus Ihrer Sicht gerechtfertigt, dass für die Zurverfügungstellung von technischen Hilfsmitteln (z.B. SWISS•TRACs, virtuelle Guides) bzw. anderer Hilfsmittel eine Verleihgebühr verlangt wird?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage gibt wichtige Aufschlüsse über die Kosten des laufenden Betriebes bei IndividualbesucherInnen (also Menschen mit Behinderungen, die keine Gruppenführungen in Anspruch nehmen).

Zu beachten:

- Diese Frage muss sehr vorsichtig gestellt werden. Laut Behindertengleichstellungsgesetz müssen alle Menschen den gleichen Zugang haben.
- Es könnte sein, dass alle InterviewpartnerInnen von Behindertenorganisationen sagen, dass es nicht gerechtfertigt ist, Verleihgebühr zu verlangen und daher der Verleih gratis sein soll. Jeder möchte für seine Zielgruppe das Beste.
- Der Nationalpark kann aber aller Voraussicht nach den laufenden Betrieb nur finanzieren, wenn Entlehngebühren verlangt werden (außer es gibt Förderungen für den laufenden Betrieb). Die Frage könnte demnach nach sich ziehen, dass in unserer Diplomarbeit steht, dass alles gratis sein soll.

Finden Sie die Vorgangsweise richtig, dass zusätzliche Kosten für GebärdensprachendolmetscherInnen im Rahmen von Führungen von der Nationalpark Gesäuse GmbH nicht übernommen werden, die Dolmetscher-Innen aber von der Nationalpark Gesäuse GmbH gerne organisiert werden?

Hintergrund der Frage:

- Frage hat Bedeutung für die Preisgestaltung für integrative Führungen.
- Die Antwort sollte sehr kurz gehalten werden (ja/nein; kurze Begründung).

1.3 Kommunikations- und Distribution: Anforderungen an die Vorabinformation und Bewerbung sowie diesbezügliche Synergien

Welche Vorabinformationen in Bezug auf das Wegenetz werden benötigt?

Hintergrund der Frage:

- Z.B. durchschnittliche Steigung, Relief und Höhenprofil, tastbares Relief vor Ort, Länge des Wanderweges, Beschaffenheit des Weges.
- Frage liefert wichtige Erkenntnisse für die Bewerbung und Präsentation des Angebotes.

Welche sonstigen Leistungen/Informationen sind im Vorfeld der Buchung oder Inanspruchnahme des Angebotes notwendig?

Hintergrund der Frage:

- Damit man sich für ein Angebot entscheidet: Eventuell benötigte Informationen über barrierefreie Toiletten und wo sie sich befinden, Fotos, Lokale/Restaurants etc.

Wie bzw. mittels welcher Werbemedien oder Informationskanäle informieren sich die Zielgruppen vorab über ein Freizeitangebot bzw. Reiseangebot?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage ist für die Ausarbeitung des Marketingplanes für barrierefreie Nationalparkangebote essentiell; z.B. Fachzeitschriften, Verbandsmagazin, Messen, Internet.
- Mögliche Informationskanäle, welche die Zielgruppen nutzen; z.B. einschlägige Fachzeitschriften, Verbandsmagazin, spezielle Messen, diverse Websites etc.

Welche Informationskanäle und Werbemedien für die Bewerbung von barrierefreien Angeboten würden Sie unbedingt der Nationalparkverwaltung empfehlen?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage stellt eine sehr wichtige Grundlage für die Ausarbeitung bzw. Ableitung eines Marketingplanes für barrierefreie BesucherInnenangebote des Nationalparks dar.
- Welche Werbemedien müssen von der Nationalparkverwaltung selbst hergestellt werden (Broschüren, Website etc.) und welche bereits bestehenden Informationskanäle (z.B. von Behindertenorganisationen etc.) können seitens des Nationalparks mitgenutzt werden.

Welche Synergien bzw. Partnerschaften schlagen Sie für eine effiziente Bewerbung bzw. für das Anbieten von Pauschalen im Rahmen von Ein- und/oder Mehrtagesangebote (sowohl für Individualgäste als auch für Gruppen) vor?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage ergibt sich direkt oder indirekt aus der Antwort der vorherigen Frage, liefert aber sehr wichtige Erkenntnisse für die weitere Erstellung des Marketingplanes.
- Es geht bei dieser Frage um das Ausloten etwaiger strategischer Werbekooperationen u.a.

Welche Zielmärkte für die Vermarktung des gegenständlichen barrierefreien BesucherInnenangebotes sind aus Ihrer Sicht für den Nationalpark Gesäuse kurz-, mittel- und langfristig sinnvoll bzw. realistisch?

Hintergrund der Frage:

- Auch diese sehr wichtige Frage ergibt sich direkt oder indirekt aus der Antwort der vorherigen Frage.
- Wo liegen – realistisch betrachtet – die kurzfristigen, mittel- und langfristigen Zielmärkte?
- Ein Zielmarkt kann aber nicht nur geografisch gesehen werden, sondern kann durchaus auch zum Beispiel ein Behindertenverband etc. sein.

Welche Werbebotschaften fallen Ihnen spontan für barrierefreie Besucher-Innenangebote im Nationalpark Gesäuse ein?

Hintergrund der Frage:

- Zum Beispiel: Die Kombination „schroffes Hochgebirge Gesäuse“ mit „Barrierefreiheit“ könnte der USP (unique selling point) sein.
- Ableitung von Werbeslogans im Rahmen der noch zu erarbeitenden Werbe- bzw. Marketingstrategie.

Zu beachten:

- Nur spontane Antworten, da ansonsten bei dieser Frage zu viel Zeit verloren gehen würde.

Wann könnten sich Menschen mit Behinderung im Zuge der Bewerbung von barrierefreien BesucherInnenangeboten diskriminiert fühlen?

Hintergrund der Frage:

- Durch ungeschickt formulierte Werbebotschaften bzw. textliche Beschreibung von Angeboten läuft man Gefahr, einzelne Zielgruppen bzw. deren Entscheidungsträger (z.B. Obleute von Behindertenorganisationen) zu diskriminieren und somit zu verärgern. Dadurch würde die Nationalparkverwaltung potentielle Zielgruppen oder Zielmärkte verlieren bzw. gar nicht erst gewinnen.
- Im Rahmen der Beantwortung dieser Frage sollen wichtige Tipps gegeben werden, diesbezügliche Fehler zu vermeiden.

Welche positiven oder negativen Erfahrungen haben Sie mit gut oder schlecht geschultem Personal entlang der touristischen Servicekette gemacht?

Hintergrund der Frage:

- Z.B. ob es diskriminierendes Auftreten gab, ob Ängste bestehen, Berührungsängste, Unsicherheit, Unverständnis etc.

- Aus dieser Frage sollen etwaige notwendige Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für Personal entlang der touristischen Servicekette (inkl. Führungspersonal) abgeleitet werden.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

1.4 Die barrierefreien BesucherInnenangebote des Nationalparks im regionalen Kontext

Neben den geplanten barrierefreien Angeboten lt. Grundkonzept gibt es in der umliegenden Tourismusregion noch einige rollstuhlgerechte Spazierwege sowie das barrierefreie Museum im Benediktinerstift Admont. Auf wie viele Tage sollte ein all. inkl. Spezialpackage für Menschen mit Behinderung (sowohl Individualgäste als auch Gruppen) maximal ausgelegt sein?

Hintergrund der Frage:

- Da das barrierefreie BesucherInnenangebot in der Region (inkl. dem Angebot des Nationalparks) derzeit begrenzt ist, wird die Länge des Urlaubes eher beschränkt sein. Es wäre interessant auszuloten, ob barrierefreie BesucherInnenangebote in der weiteren Umgebung (z.B. in Bad Aussee, Dachstein etc.) doch zu einem längeren Verbleiben in der Nationalparkregion Gesäuse animieren. Dies ist natürlich auch eine Frage der Mobilität, bzw. der Bereitschaft längere Tagesfahrten in Kauf zu nehmen.

Da es in der umliegenden Tourismusregion bislang nur begrenzte Bettenkapazitäten für Menschen mit Behinderung bzw. RollstuhlfahrerInnen gibt, wäre ein Ausweichen auf Quartiere auch außerhalb der Tourismusregion im Zuge des Anbietens von all. inkl. Pauschalen notwendig (z.B. Windischgarsten u.a.). Wie wichtig sind den Zielgruppen barrierefreie Beherbergungsbetriebe unmittelbar in der Region im Umfeld des Nationalparks bzw. wie lange sollte die Fahrzeit zwischen dem Beherbergungsbetrieb und dem gegenständlichen Angebot im Nationalpark im Zuge von Mehrtages-pauschalen maximal dauern?

Hintergrund der Frage:

- Mangels verfügbarer barrierefreier Bettenkapazitäten in der Nationalparkregion Gesäuse könnte ja auch eine Kooperation mit einer etwas weiter entfernten Destination oder einem Hotel eingegangen werden (z.B. Bad Aussee, Windischgarsten etc.). Dies würde bedeuten, dass die Menschen mit Behinderung eben dort nächtigen und das Angebot des Nationalparks Gesäuse mittels eines oder mehrerer Tagesausflüge in Anspruch nehmen.

Zu beachten:

- Mittel- oder langfristiges Ziel des Nationalpark Gesäuse ist selbstverständlich, dass auch in der Gesäuseregion die entsprechenden Bettenkapazitäten Schritt für Schritt entstehen.

Wie sehen Sie die Möglichkeit, Mehrtagespauschalen für Menschen mit Behinderung (sowohl Individualgäste als auch Gruppen) in Kooperation mit weiter entfernt liegenden Destinationen anzubieten (z.B. Kultur in Linz oder Graz gemeinsam mit einem Naturangebot im Nationalpark etc.)?

Hintergrund der Frage:

- Ähnliche Fragestellung wie bei vorheriger Frage.
- Allerdings sind unter dieser Frage Kurzreisen über mehrere – teilweise konträre – Destinationen gemeint, bei dem das Angebot des Nationalparks lediglich einen „Baustein" darstellt. (z.B. Reise von Wien, über Linz (tw. sogar mit Schiff – Besuch einer kulturellen Veranstaltung in Linz – Übernachtung in Linz – Weiterfahrt ins Gesäuse mit Nationalpark und Stift – Heimfahrt)
- Diese Frage liefert weitere Ideen für die Produktgestaltung.

In welchem Ausmaß sollten zusätzliche barrierefreie Angebote in der Region vorhanden sein (also zusätzlich zum gegenständlichen Angebot im Nationalpark), um sich „barrierefreie Urlaubsdestination" nennen zu können?

Hintergrund der Frage:

- Auslotung der Meinung über das barrierefreie Gesamtangebot im nationalen und internationalen Vergleich.
- Diese Frage liefert wichtige Aspekte für die Konzeption der grundsätzlichen Marketingstrategie bzw. Marketingbotschaften.

Beschreiben Sie in einigen kurzen Worten das aus Ihrer Sicht perfekte und innovative Dreitagespackage im Nationalpark bzw. der Nationalparkregion Gesäuse!

Hintergrund der Frage

- Aufbauend auf die vorhin gestellten Fragen bzw. Anregungen, sollte seitens des/der InterviewpartnerIn ein kreativer Vorschlag für ein Pauschalangebot in einigen kurzen Worten dargestellt werden.
- Diese Frage liefert weitere Ideen für die Produktgestaltung.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

1.5 An- und Abreise bzw. Mobilität mit öffentlichen Verkehrsmitteln

Als Einleitung zu diesem Themenblock sollte ein kurzer Überblick über die aktuelle Situation zum Thema „Öffentlicher Verkehr“ gegeben werden.

Was sind die ausschlaggebenden Faktoren, damit öffentliche Verkehrsmittel bei der An- und Abreise bzw. für die Mobilität in der Region angenommen werden?

Hintergrund der Frage

- Z.B. elektrische oder mechanische Einstiegsrampe, schnelle Verbindungen, nicht zu lange Wartezeiten, Preis, Information im Vorfeld, Ruftaxis, persönlicher Abholdienst, Ticket für ÖV in der Nationalparkpauschale inkludiert etc.
- Ableitung von Handlungsempfehlungen für die Anbieter von Öffentlichem Verkehr sowie für die Nationalparkverwaltung im Zuge der Ausarbeitung von Pauschalangeboten, in die Öffentliche Verkehrsmittel miteinbezogen werden.

Angenommen, die ausschlaggebenden Faktoren wären erfüllt: Wie hoch schätzen Sie das Potential bzw. die Nachfrage nach Inanspruchnahme von Öffentlichen Verkehrsmitteln für die An- und Abreise bzw. Mobilität innerhalb der Region ein und inwieweit sollte die Nationalparkverwaltung das Thema „Öffentlicher Verkehr“ in Bezug zu barrierefreien BesucherInnenangeboten aufgreifen bzw. auch in Pauschalangebote integrieren?

Hintergrund der Frage

- Ableitung der touristischen Potentiale barrierefreier Besucher-Innenangebote in Verbindung mit „Öffentlichem Verkehr“.

Welche positiven und negativen Erfahrungen haben Sie in Bezug auf die Buchung bzw. Inanspruchnahme von barrierefreien öffentlichen Verkehrsmitteln und welche wichtigen Empfehlungen können Sie uns geben?

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

1.6 Förderungen

Können Sie Auskunft oder Informationen über Fördermöglichkeiten für die Errichtung oder den laufenden Betrieb von barrierefreien Tourismus- oder Freizeitangeboten geben?

Hintergrund der Frage

- Dieses Thema ist essentieller Bestandteil der Preispolitik im Rahmen von barrierefreien BesucherInnenangeboten des Nationalparks Gesäuse.

1.7 Allgemeine Fragen, Stimmungsbild

Wie schätzen Sie das vorhandene bzw. geplante barrierefreie BesucherInnenangebot (lt. Grundkonzept) im Nationalpark Gesäuse im Vergleich zu nationalen und internationalen Angeboten ein und wie sollte dieses aus Ihrer Sicht weiterentwickelt werden?

Hintergrund der Frage

- Ableitung der touristischen Potentiale barrierefreier Besucher-Innenangebote.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

Was wäre Ihre Vision hinsichtlich der Rolle des Nationalparks Gesäuse in Bezug zu Barrierefreiheit (z.B. Partnerschaft mit einer Rehabilitationsklinik etc.)?

Hintergrund der Frage

- Ableitung einer oder mehrerer Visionen betreffend „Barrierefreie BesucherInnenangebote“ im Nationalpark Gesäuse bzw. „Tourismus für Alle“ in der gesamten Nationalparkregion.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

1.8 Nachbesprechung

- Nach Literatur oder relevanten Websites nachfragen.
- Nachfragen, ob der/die InterviewpartnerIn über den weiteren Projektfortschritt im Nationalpark Gesäuse informiert werden möchte.
- Nachfragen nach weiteren „good practise Beispielen“ oder weiteren „ExpertenInnen“ aus dem Bereich „barrierefreie Freizeitangebote“.

Leitfaden für VertreterInnen von Reisebüros

1.1 Einleitung

1.2 Kurzvorstellung des Grundkonzeptes

Dauer max. 5 Minuten; Durchführung anhand eines reichbebilderten Handouts, welches in textlicher Form lediglich einige stichpunktartige Aufzählungen und prägnante Schlagworte aufweist.

1.3 Zur Person, zur Institution bzw. Firma, Zuständigkeit und Rolle im Bereich des „Barrierefreien Tourismus“

Beschreiben Sie bitte kurze Ihre Institution bzw. Firma, Ihre Aufgabenbereiche bzw. Ihre diesbezüglichen Kompetenzen!

Hintergrund der Frage:

- Man erfährt, ob bzw. inwieweit der/die InterviewpartnerIn zum Thema „Tourismus“ fachlich versiert ist bzw. welche Kernkompetenzen der/die InterviewpartnerIn hat.

Zu beachten:

- Lediglich sehr kurze Antwort zulassen, da ansonsten zu viel Zeit verloren geht.

Beschreiben Sie bitte in wenigen Worten Ihr barrierefreies touristisches Angebot!

Hintergrund der Frage:

- Man erfährt die Schwerpunktsetzung des touristischen Angebotes, welches vom betreffenden Reisebüro angeboten wird.

Zu beachten:

- Lediglich sehr kurze Antwort zulassen, da ansonsten zuviel Zeit verloren geht. Prospektmaterial etc. – wenn möglich – mitnehmen.

Was hat Sie bewogen, Angebote aus dem Bereich „Barrierefreier Tourismus“ anzubieten bzw. zu verkaufen?

Hintergrund der Frage:

- Aus der Frage kann man gegebenenfalls ableiten, ob dieser Geschäftszweig rein wirtschaftlich gesehen profitabel ist, oder eher „Liebhaberei“ (im positiven Sinn) ist.

1.4 Anforderungen an die Infrastruktur im Projektgebiet

Welche sonstigen baulichen bzw. infrastrukturellen Gegebenheiten (über die bestehende bzw. geplante Infrastruktur hinaus) sollten vorhanden sein, damit Menschen mit Behinderung das Angebot optimal nutzen können?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung von etwaig notwendigen Serviceeinrichtungen, an die man als „Nichtbetroffener“ nicht denkt, die aber sehr nützlich für die betroffenen Zielgruppen (Menschen mit unterschiedlichsten Formen der Behinderung) sind.

Zu beachten:

- Es geht bei dieser Frage nicht um prinzipielle Notwendigkeiten hinsichtlich der Ausgestaltung barrierefreier Infrastruktur (behinderten-gerechter Parkplatz, WC etc.), sondern um mögliche nützliche Zusatzeinrichtungen.

1.5 Produkt- und Preisgestaltung

Beschreiben Sie die Wichtigkeit von auditiven bzw. optischen Informationen entlang des Wegverlaufes am Rauchbodenweg!

Hintergrund der Frage:

- Die Frage stellt sich, ob über den „XEIS Guide“ hinaus, zusätzliche Stationen – mit vertretbarem finanziellen Aufwand bzw. einfachen aber innovativen Mitteln – für die verschiedensten Zielgruppen (Menschen mit unterschiedlichsten Formen der Behinderung) sinnvoll wären.

Zu beachten:

- Sollte der/die InterviewpartnerIn eine Behinderung haben, dann sollte diese Frage sehr vorsichtig gestellt werden: Laut Behindertengleichstellungsgesetz müssen alle Menschen den gleichen Zugang haben. Das bedeutet bei blinden oder sehbeeinträchtigten Personen, dass akustische Informationen vorhanden sein und bei gehörlosen und schwerhörigen Personen, dass sichtbare Informationen vorhanden sein müssen.
- Wenn die Frage aber sachlich und vorsichtig gestellt wird, könnte man Informationen darüber erhalten, warum es so wichtig ist (als Argument beim Marketing oder der Umsetzung) und es kann besser abgeschätzt werden, ob der „XEIS Guide“ adaptiert werden soll bzw. ob sich Investitionen in diesem Bereich lohnen.

Würden Sie den Einsatz von Gebärdensprachenvideos im Zuge der Verwendung von „XEIS Guides“ empfehlen, oder würde aus Ihrer Sicht eine textliche Beschreibung ausreichen? Worauf sollte man bei der textlichen Beschreibung achten?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung notwendiger Adaptierungen im Zuge der Programmierung der „XEIS Guides“.

Der Nationalpark überlegt, auch spezielle Gruppenführungen für Menschen mit Behinderung anzubieten. Würden Sie dies befürworten bzw. gibt es aus Ihrer Sicht diesbezüglich eine Nachfrage? Wenn ja: worauf sollte man bei der Gestaltung einer „speziellen Führung“ achten und gibt es Erfahrungen mit diesbezüglichen Gruppengrößen?

Hintergrund der Frage:

- Spezialführungen versus Integrative Führungen: Vor- und Nachteile.
- Ableitung der touristischen Potentiale: gibt es einen touristisch relevanten Markt, um für gewisse Zielgruppen „Spezialführungen“ anzubieten oder ist das touristische Potential eher gegeben, wenn die Nationalparkverwaltung verstärkt auf „Integrative Gruppenführungen“ setzt.

Zu beachten:

- Sollte der/die InterviewpartnerIn eine Behinderung haben, dann könnte es als Diskriminierung aufgefasst werden, dass überhaupt darüber nachgedacht wird, "Extraführungen" anzubieten.

Die Nationalparkverwaltung möchte natürlich auch „integrative Gruppenführungen“ anbieten. Inwiefern müssen integrative Gruppenführungen auf die unterschiedlichen Zielgruppen abgestimmt werden und worauf sollte man bei der Gestaltung einer „integrativen Führung“ achten?

Hintergrund der Frage:

- Führungspersonal soll gut geschult sein und Kenntnisse darüber haben, wie man mit Menschen mit Behinderung umgehen muss bzw. welche Ansprüche einzelne Zielgruppen hinsichtlich der Gestaltung einer Führung stellen.
- Zum Beispiel sollten die FührerInnen wissen, dass Menschen mit Lernschwierigkeiten oft Probleme mit Fremdwörtern haben, SeniorInnen sich oft setzen möchten, Blinde gerne fühlen etc.
- Es geht also bei der Frage darum, worauf die FührerInnen im Bezug zur Art der Behinderung im Rahmen einer integrativen Führung achten müssen.
- Ableitung von etwaigen Schulungsmaßnahmen für die FührerInnen des Nationalparks.

Zu beachten:

- Vermutlich kann diese Thematik im Zuge dieser Fragestellung aus Zeitgründen nicht erschöpfend behandelt werden. Es geht hier lediglich um wichtige Aspekte.

Welche Dauer einer Führung bzw. der Angebotsnutzung (ohne Führung) empfehlen Sie im Vergleich zur Anreisezeit?

Hintergrund der Frage:

- Oft reisen TouristInnen und BesucherInnen sehr lange an, auch innerhalb Österreichs. Wie lange muss das Angebot mindestens dauern, damit sich für sie die Anreise gelohnt hat?
- Mögliche Antworten wären z.B., dass das Angebot mind. gleich lang wie die Anreise dauern sollte oder dass man ab einer Anreise von über 2 Stunden ein Tagesangebot vorfinden sollte.
- Diese Frage bringt wichtige Erkenntnisse für das Marketingkonzept.

Spielt die finanzielle Situation bei bestimmten Zielgruppen eine große Rolle in Bezug auf Kosten bzw. Nutzung von barrierefreien Freizeitangeboten?

Hintergrund der Frage:

- Erlangung von wichtigen Erkenntnissen für die Preispolitik des Nationalparks im Rahmen von barrierefreien BesucherInnenangeboten.
- Leitet indirekt zur nächsten Frage über.

Zu beachten:

- Sollte der/die InterviewpartnerIn eine Behinderung haben, dann sollte diese Frage sensibel gestellt werden, da sie auch als Diskriminierung verstanden werden kann.
- Möglich wären z.B. folgenden Antworten: da es im Verband vermehrt Personen gibt, die in betreuten Wohnanlagen wohnen oder pflegebedürftig sind, haben diese nicht so viele finanzielle Mittel zur Verfügung.
- Natürlich gibt es auch bei Menschen mit Behinderung unterschiedliche "Schichten".
- Grundsätzlich muss aber angemerkt werden, dass es immer ums Geld geht, egal ob man eine Behinderung hat oder nicht.

Welche Formen der Eintrittspreis-Ermäßigung für Menschen mit Behinderung bzw. deren AssistentInnen erachten Sie als sinnvoll bzw. wenden Sie im Rahmen Ihrer Preispolitik an?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage gibt wichtige Aufschlüsse über die Preisgestaltung.

Zu beachten:

- Mögliche Varianten: 1. Assistent gratis, Mensch mit Behinderung (MmB) zahlt voll 2. Ass. zahlt voll, MmB gratis, 3. Ass. zahlt voll, MmB zahlt ermäßigt.

Der Rauchbodenweg ist außerhalb von Führungen bei freiem Eintritt begehbar. Ist es aus Ihrer Sicht gerechtfertigt, dass für die Zurverfügungstellung von technischen Hilfsmitteln (z.B. SWISS•TRACs, virtuelle Guides) bzw. anderer Hilfsmittel eine Verleihgebühr verlangt wird?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage gibt wichtige Aufschlüsse über die Kosten des laufenden Betriebes infolge der IndividualbesucherInnen (also Menschen mit Behinderung, die keine Gruppenführungen in Anspruch nehmen).

Zu beachten:

- Sollte der/die InterviewpartnerIn eine Behinderung haben, dann sollte diese Frage sehr vorsichtig gestellt werden. Laut Behindertengleichstellungsgesetz müssen alle Menschen den gleichen Zugang haben.

Finden Sie die Vorgangsweise richtig, dass zusätzliche Kosten für GebärdensprachendolmetscherInnen im Rahmen von Führungen von der Nationalpark Gesäuse GmbH nicht übernommen werden, die DolmetscherInnen aber von der Nationalpark Gesäuse GmbH gerne organisiert werden?

Hintergrund der Frage:

- Frage hat Bedeutung für Preisgestaltung für integrative Führungen.
- Die Antwort sollte sehr kurz gehalten werden (ja/nein; kurze Begründung).

Welche Teile Ihres Angebotes erachten Sie in Bezug auf Barrierefreiheit als unverzichtbar?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung von wichtigen Aspekten für die Produktentwicklung.

Zu beachten:

- Frage kann nicht erschöpfend beantwortet werden. Es geht darum, dass der/die InterviewpartnerIn spontan einen wichtigen Aspekt nennt.

Welche Evaluierungsmethoden zur Erfolgsüberprüfung setzen Sie ein?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung von Qualitätssicherungsmaßnahmen bzw. Methoden.

1.6 Kommunikations- und Distribution: Anforderungen an die Vorabinformation und Bewerbung sowie diesbezügliche Synergien

Welche Vorabinformationen in Bezug auf das Wegenetz werden benötigt und in welcher Form geben Sie diese Vorabinformationen?

Hintergrund der Frage:

- Z.B. durchschnittliche Steigung, Relief und Höhenprofil, tastbares Relief vor Ort, Länge des Wanderweges, Beschaffenheit des Weges.
- Frage liefert wichtige Erkenntnisse für die Bewerbung und Präsentation des Angebotes.

Welche sonstigen Leistungen/Informationen sind im Vorfeld der Buchung oder Inanspruchnahme des Angebotes notwendig?

Hintergrund der Frage:

- Damit man sich für ein Angebot entscheidet: Eventuell benötigte Informationen über barrierefreie Toiletten und wo sie sich befinden, Fotos, Lokale/Restaurants etc.

Wie bzw. mittels welcher Werbemedien oder Informationskanäle informieren sich die Zielgruppen vorab über ein Freizeitangebot bzw. Reiseangebot?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage ist für die Ausarbeitung des Marketingplanes für barrierefreie Nationalparkangebote essentiell. z.B. Fachzeitschriften, Verbandsmagazin, Messen, Internet.
- Mögliche Informationskanäle, welche die Zielgruppen nutzen: z.B. einschlägige Fachzeitschriften, Verbandsmagazin, spezielle Messen, diverse Websites etc.

Welche Informationskanäle und Werbemedien für die Bewerbung von barrierefreien Angeboten würden Sie unbedingt der Nationalparkverwaltung empfehlen?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage stellt eine sehr wichtige Grundlage für die Ausarbeitung bzw. Ableitung eines Marketingplanes für barrierefreie BesucherInnenangebote des Nationalparks dar.
- Welche Werbemedien müssen von der Nationalparkverwaltung selbst hergestellt werden (Broschüren, Website etc.) und welche bereits bestehenden Informationskanäle (z.B. von Behindertenorganisationen etc.) können seitens des Nationalparks mitgenutzt werden.

Welche Synergien bzw. Partnerschaften schlagen Sie für eine effiziente Bewerbung bzw. für das Anbieten von Pauschalen im Rahmen von Ein- und/oder Mehrtagesangeboten (sowohl für Individualgäste als auch für Gruppen) vor?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage ergibt sich direkt oder indirekt aus der Beantwortung der vorherigen Frage, liefert aber sehr wichtige Erkenntnisse für die weitere Erstellung des Marketingplanes.
- Es geht bei dieser Frage um das Ausloten etwaiger strategischer Werbekooperationen u.a.

Welche Buchungszentralen würden sich im Zuge der Vermarktung von Pauschalangeboten anbieten? Gibt es aus Ihrer Sicht die Möglichkeit auch mit einschlägigen Reisebüros, wie zum Beispiel Ihrem, zusammenzuarbeiten bzw. strategische Partnerschaften zu bilden?

Hintergrund der Frage:

- Sollte die Abwicklung der Angebote vor Ort durch das Reisebüro des Nationalparks abgewickelt werden, oder könnte die Vermarktung inkl. der Buchungslogistik auch ausgelagert werden? Wenn ja, wer und in welcher Form zu welchen Rahmenbedingungen?

Welche Zielmärkte für die Vermarktung des gegenständlichen barrierefreien BesucherInnenangebotes sind aus Ihrer Sicht für den Nationalpark Gesäuse kurz-, mittel- und langfristig sinnvoll bzw. realistisch?

Hintergrund der Frage:

- Auch diese sehr wichtige Frage ergibt sich direkt oder indirekt aus der Beantwortung der vorherigen Frage.
- Wo liegen – realistisch betrachtet – die kurzfristigen, mittel- und langfristigen Zielmärkte?
- Ein Zielmarkt kann aber nicht nur geografisch gesehen werden, sondern kann durchaus auch zum Beispiel ein Behindertenverband etc. sein.

Welche Werbebotschaften fallen Ihnen spontan für barrierefreie BesucherInnenangebote im Nationalpark Gesäuse ein?

Hintergrund der Frage:

- Zum Beispiel: Die Kombination „schroffes Hochgebirge Gesäuse“ mit „Barrierefreiheit“ könnte der USP (unique selling point) sein.
- Ableitung von Werbeslogans im Rahmen der noch zu erarbeitenden Werbe- bzw. Marketingstrategie.

Zu beachten:

- Nur spontane Antworten, da ansonsten bei dieser Frage zu viel Zeit verloren gehen würde.

Wann könnten sich Menschen mit Behinderung im Zuge der Bewerbung von barrierefreien BesucherInnenangeboten diskriminiert fühlen?

Hintergrund der Frage:

- Durch ungeschickt formulierte Werbebotschaften bzw. textliche Beschreibung von Angeboten läuft man Gefahr, einzelne Zielgruppen bzw. deren Entscheidungsträger (z.B. Obleute von Behindertenorganisationen) zu diskriminieren und somit zu verärgern. Dadurch würde die Nationalparkverwaltung potentielle Zielgruppen oder Zielmärkte verlieren bzw. gar nicht erst gewinnen.
- Im Rahmen der Beantwortung dieser Frage sollen wichtige Tipps gegeben werden, diesbezügliche Fehler zu vermeiden.

Welche positiven oder negativen Erfahrungen haben Sie mit gut oder schlecht geschultem Personal entlang der touristischen Servicekette gemacht?

Hintergrund der Frage:

  - Z.B. ob es diskriminierendes Auftreten gab, ob Ängste bestehen, Berührungsängste, Unsicherheit, Unverständnis etc.
  - Aus dieser Frage sollen mögliche notwendige Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für Personal entlang der touristischen Servicekette (inkl. Führungspersonal) abgeleitet werden.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

1.7 Die barrierefreien Besucherangebote des Nationalparks im regionalen Kontext

Neben den geplanten barrierefreien Angeboten lt. Grundkonzept gibt es in der umliegenden Tourismusregion noch einige rollstuhlgerechte Spazierwege sowie das barrierefreie Museum im Benediktinerstift Admont. Auf wie viele Tage sollte ein all. inkl. Spezialpackage für Menschen mit Behinderung (sowohl Individualgäste als auch Gruppen) maximal ausgelegt sein und welche Angebote sollten in Pauschalen zusätzlich einbezogen werden?

Hintergrund der Frage:

- Da das barrierefreie BesucherInnenangebot in der Region (inkl. dem Angebot des Nationalparks) derzeit begrenzt ist, wird die Länge des Urlaubes eher beschränkt

sein. Es wäre interessant auszuloten, ob barrierefreie BesucherInnenangebote in der weiteren Umgebung (z.B. in Bad Aussee, Dachstein etc.) doch zu einem längeren Verbleiben in der Nationalparkregion Gesäuse animieren. Dies ist natürlich auch eine Frage der Mobilität, bzw. der Bereitschaft längere Tagesfahrten in Kauf zu nehmen.

Da es in der umliegenden Tourismusregion bislang nur begrenzte Bettenkapazitäten für Menschen mit Behinderung bzw. Rollstuhlfahrer gibt, wäre ein Ausweichen auf Quartiere auch außerhalb der Tourismusregion im Zuge des Anbietens von all. inkl. Pauschalen notwendig (z.B. Windischgarsten u.a.). Wie wichtig sind den Zielgruppen barrierefreie Beherbergungsbetriebe unmittelbar in der Region im Umfeld des Nationalparks bzw. wie lange sollte die Fahrzeit zwischen dem Beherbergungsbetrieb und dem gegenständlichen Angebot im Nationalpark im Zuge von Mehrtagespauschalen maximal dauern?

Hintergrund der Frage:

- Mangels verfügbarer barrierefreier Bettenkapazitäten in der Nationalparkregion Gesäuse könnte ja auch eine Kooperation mit einer etwas weiter entfernten Destination oder Hotel eingegangen werden (z.B. Bad Aussee, Windischgarsten etc.). Dies würde bedeuten, dass die Menschen mit Behinderung eben dort nächtigen und das Angebot des Nationalparks Gesäuse mittels eines oder mehrerer Tagesausflüge in Anspruch nehmen.

Zu beachten:

- Mittel- oder langfristiges Ziel des Nationalparks Gesäuse ist selbstverständlich, dass auch in der Gesäuseregion die entsprechenden Bettenkapazitäten Schritt für Schritt entstehen.

Wie sehen Sie die Möglichkeit, Mehrtagespauschalen für Menschen mit Behinderung (sowohl Individualgäste als auch Gruppen) in Kooperation mit weiter entfernt liegenden Destinationen anzubieten (z.B. Kultur in Linz oder Graz gemeinsam mit Naturangebot im Nationalpark etc.)?

Hintergrund der Frage:

- Ähnliche Fragestellung wie bei vorheriger Frage.
- Allerdings sind unter dieser Frage Kurzreisen über mehrere –teilweise konträre – Destinationen gemeint, bei denen Angebot des Nationalparks lediglich einen „Baustein“ darstellt. (z.B. Reise von Wien, über Linz (tw. sogar mit Schiff – Besuch einer kulturellen Veranstaltung in Linz – Übernachtung in Linz – Weiterfahrt ins Gesäuse mit Nationalpark und Stift – Heimfahrt)
- Diese Frage liefert weitere Ideen für die Produktgestaltung.

In welchem Ausmaß sollten zusätzliche barrierefreie Angebote in der Region vorhanden sein (also zusätzlich zum gegenständlichen Angebot im Nationalpark), um sich „barrierefreie Urlaubsdestination“ nennen zu können?

Hintergrund der Frage:

- Auslotung der Meinung über das barrierefreie Gesamtangebot im nationalen und internationalen Vergleich.
- Diese Frage liefert wichtige Aspekte für die Konzeption der grundsätzlichen Marketingstrategie bzw. Marketingbotschaften.

Beschreiben Sie in einigen kurzen Worten das aus Ihrer Sicht perfekte und innovative Dreitagespackage im Nationalpark bzw. der Nationalparkregion Gesäuse!

Hintergrund der Frage

- Aufbauend auf die vorhin gestellten Fragen bzw. Anregungen, sollte seitens des/der InterviewpartnerIn ein kreativer Vorschlag für ein Pauschalangebot in einigen kurzen Worten dargestellt werden.
- Diese Frage liefert weitere Ideen für die Produktgestaltung.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

1.8 An- und Abreise bzw. Mobilität mit öffentlichen Verkehrsmitteln

Als Einleitung zu diesem Themenblock sollte ein kurzer Überblick über die aktuelle Situation zum Thema „Öffentlicher Verkehr“ gegeben werden.

Was sind die ausschlaggebenden Faktoren, damit öffentliche Verkehrsmittel bei der An- und Abreise bzw. für die Mobilität in der Region angenommen werden?

Hintergrund der Frage

- Z.B. elektrische oder mechanische Einstiegsrampe, schnelle Verbindungen, nicht zu lange Wartezeiten, Preis, Information im Vorfeld, Ruftaxis, persönlicher Abholdienst, Ticket für ÖV in der Nationalparkpauschale inkludiert etc.
- Ableitung von Handlungsempfehlungen für die Anbieter von Öffentlichem Verkehr sowie für die Nationalparkverwaltung im Zuge der Ausarbeitung von Pauschalangeboten, in die der Öffentliche Verkehr eingebunden wird.

Angenommen, die ausschlaggebenden Faktoren wären erfüllt: Wie hoch schätzen Sie das Potential bzw. die Nachfrage nach Inanspruchnahme von Öffentlichen Verkehrsmitteln für die An- und Abreise bzw. Mobilität innerhalb der Region ein und inwieweit sollte die Nationalparkverwaltung das Thema „Öffentlicher Verkehr" in Bezug zu barrierefreien Besucherangeboten aufgreifen bzw. auch in Pauschalangebote integrieren?

Hintergrund der Frage

- Ableitung der touristischen Potentiale barrierefreier Besucher-Innenangebote in Verbindung mit „Öffentlichem Verkehr".

Welche positiven und negativen Erfahrungen haben Sie in Bezug auf die Buchung bzw. die Inanspruchnahme von barrierefreien öffentlichen Verkehrs-mitteln und welche wichtigen Empfehlungen können Sie uns geben?

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

1.9 Förderungen

Können Sie Auskunft oder Informationen über Fördermöglichkeiten für die Errichtung oder den laufenden Betrieb von barrierefreien Tourismus- oder Freizeitangeboten geben?

Hintergrund der Frage

- Dieses Thema ist essentieller Bestandteil der Preispolitik im Rahmen von barrierefreien BesucherInnenangeboten des Nationalpark Gesäuse.

1.10 Allgemeine Fragen, Stimmungsbild

Wie schätzen Sie das vorhandene bzw. geplante barrierefreie BesucherInnenangebot (lt. Grundkonzept) im Nationalpark Gesäuse im Vergleich zu nationalen und internationalen Angeboten ein und wie sollte dieses aus Ihrer Sicht weiterentwickelt werden?

Hintergrund der Frage

- Ableitung der touristischen Potentiale barrierefreier Besucher-Innenangebote.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

Was wäre Ihre Vision hinsichtlich der Rolle des Nationalparks Gesäuse in Bezug zu Barrierefreiheit bzw. barrierefreiem Tourismus (z.B. Partnerschaft mit einer Rehabilitationsklinik oder bedeutenden anderen touristischen Angebotsträgern etc.)?

Hintergrund der Frage

- Ableitung einer oder mehrerer Visionen betreffend „Barrierefreie BesucherInnenangebote“ im Nationalpark Gesäuse bzw. „Tourismus für Alle“ in der gesamten Nationalparkregion.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

1.11 Nachbesprechung

- Nach Literatur oder relevanten Websites nachfragen.
- Nachfragen, ob der/die InterviewpartnerIn über den weiteren Projektfortschritt im Nationalpark Gesäuse informiert werden möchte.
- Nachfragen nach weiteren „good practise Beispielen“ oder weiteren „ExpertenInnen“ aus dem Bereich „barrierefreie Freizeitangebote“.

Leitfaden für VertreterInnen von Anbietern barrierefreier Freizeitangebote und Tourismus

1.1 Kurzvorstellung des Grundkonzeptes

Dauer max. 5 Minuten; Durchführung anhand eines reichbebilderten Handouts, welches in textlicher Form lediglich einige stichpunktartige Aufzählungen und prägnante Schlagworte aufweist.

1.2 Zur Person, zur Institution bzw. Firma, Zuständigkeit und Rolle im Bereich des „Barrierefreien Tourismus“

Beschreiben Sie bitte kurze Ihre Institution bzw. Firma, Ihre Aufgabenbereiche bzw. Ihre diesbezüglichen Kompetenzen!

Hintergrund der Frage:

- Man erfährt, ob bzw. inwieweit der/die InterviewpartnerIn zum Thema „Tourismus“ fachlich versiert ist bzw. welche Kernkompetenzen der/die InterviewpartnerIn hat.

Zu beachten:

- Lediglich sehr kurze Antwort zulassen, da ansonsten zu viel Zeit verloren geht.

Beschreiben Sie bitte in wenigen Worten Ihr barrierefreies touristisches Angebot!

Hintergrund der Frage:

- Man erfährt die Schwerpunktsetzung des touristischen Angebotes, welches vom betreffenden Freizeitanbieter angeboten wird.

Zu beachten:

- Lediglich sehr kurze Antwort zulassen, da ansonsten zu viel Zeit verloren geht. Prospektmaterial etc. – wenn möglich – mitnehmen.

Was hat Sie bewogen, Angebote aus dem Bereich „Barrierefreier Tourismus“ anzubieten bzw. zu verkaufen?

Hintergrund der Frage:

- Aus der Frage kann man gegebenenfalls ableiten, ob dieser Geschäftszweig rein wirtschaftlich gesehen profitabel ist, oder eher „Liebhaberei“ (im positiven Sinn) ist.

1.3 Anforderungen an die Infrastruktur im Projektgebiet

Welche sonstigen baulichen bzw. infrastrukturellen Gegebenheiten (über die bestehende bzw. geplante Infrastruktur hinaus) sollten vorhanden sein, damit Menschen mit Behinderung das Angebot optimal nutzen können?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung von etwaig notwendigen Serviceeinrichtungen, an die man als „Nichtbetroffener" nicht denkt, die aber sehr nützlich für die betroffenen Zielgruppen (Menschen mit unterschiedlichsten Formen der Behinderung) sind.

Zu beachten:

- Es geht bei dieser Frage nicht um prinzipielle Notwendigkeiten hinsichtlich der Ausgestaltung barrierefreier Infrastruktur (behinderten-gerechter Parkplatz, WC etc.), sondern um etwaige nützliche Zusatzeinrichtungen.

1.4 Produkt- und Preisgestaltung

Beschreiben Sie die Wichtigkeit von auditiven bzw. optischen Informationen entlang des Wegverlaufes am Rauchbodenweg!

Hintergrund der Frage:

- Die Frage stellt sich, ob über den „XEIS Guide" hinaus, zusätzliche Stationen – mit vertretbarem finanziellen Aufwand bzw. einfachen aber innovativen Mitteln – für die verschiedensten Zielgruppen (Menschen mit unterschiedlichsten Formen der Behinderung) sinnvoll wären.

Zu beachten:

- Sollte der/die InterviewpartnerIn eine Behinderung haben, dann sollte diese Frage sehr vorsichtig gestellt werden: Laut Behindertengleichstellungsgesetz müssen alle Menschen den gleichen Zugang haben. Das bedeutet bei blinden oder sehbeeinträchtigten Personen, dass akustische Informationen vorhanden sein müssen und bei gehörlosen und schwerhörigen Personen, dass sichtbare Informationen vorhanden sein müssen.
- Wenn die Frage aber sachlich und vorsichtig gestellt wird, könnte man Informationen darüber erhalten, warum sie so wichtig ist (als Argument beim Marketing oder der Umsetzung) und es kann besser abgeschätzt werden, ob der „XEIS Guide" adaptiert werden soll bzw. ob sich Investitionen in diesem Bereich lohnen.

Würden Sie den Einsatz von Gebärdensprachenvideos im Zuge der Verwendung von „XEIS Guides" empfehlen, oder würde aus Ihrer Sicht eine textliche Beschreibung ausreichen? Worauf sollte man bei der textlichen Beschreibung achten?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung notwendiger Adaptierungen im Zuge der Programmierung der “XEIS Guides“.

Der Nationalpark überlegt, auch spezielle Gruppenführungen für Menschen mit Behinderung anzubieten. Würden Sie dies befürworten bzw. gibt es aus Ihrer Sicht diesbezüglich eine Nachfrage? Wenn ja: Worauf sollte man bei der Gestaltung einer „speziellen Führung“ achten und gibt es Erfahrungen mit diesbezüglichen Gruppengrößen?

Hintergrund der Frage:

- Spezialführungen versus Integrative Führungen: Vor- und Nachteile.
- Ableitung der touristischen Potentiale: gibt es einen touristisch relevanten Markt, um für gewisse Zielgruppen „Spezialführungen“ anzubieten oder ist das touristische Potential eher gegeben, wenn die Nationalparkverwaltung verstärkt auf „Integrative Gruppenführungen“ setzt.

Zu beachten:

- Sollte der/die InterviewpartnerIn eine Behinderung haben, dann könnte es als Diskriminierung aufgefasst werden, dass überhaupt darüber nachgedacht wird, "Extraführungen" anzubieten.

Die Nationalparkverwaltung möchte natürlich auch „integrative Gruppenführungen“ anbieten. Inwiefern müssen integrative Gruppenführungen auf die unterschiedlichen Zielgruppen abgestimmt werden und worauf sollte man bei der Gestaltung einer „integrativen Führung“ achten?

Hintergrund der Frage:

- Führungspersonal soll gut geschult sein und Kenntnisse darüber haben, wie man mit Menschen mit Behinderung umgehen muss bzw. welche Ansprüche einzelne Zielgruppen hinsichtlich der Gestaltung einer Führung stellen.
- Zum Beispiel sollten die FührerInnen wissen, dass Menschen mit Lernschwierigkeiten oft Probleme mit Fremdwörtern haben, SeniorInnen sich oft setzen möchten, Blinde gerne fühlen etc.
- Es geht also bei der Frage darum, worauf die FührerInnen im Bezug zur Art der Behinderung im Rahmen einer integrativen Führung achten muss.
- Ableitung von etwaigen Schulungsmaßnahmen für die FührerInnen des Nationalparks.

Zu beachten:

- Vermutlich kann diese Thematik im Zuge dieser Fragestellung aus Zeitgründen nicht erschöpfend behandelt werden. Es geht hier lediglich um wichtige Aspekte.

Welche Dauer einer Führung bzw. der Angebotsnutzung (ohne Führung) empfehlen Sie im Vergleich zur Anreisezeit?

Hintergrund der Frage:

- Oft reisen TouristInnen und BesucherInnen sehr lange an, auch innerhalb Österreichs. Wie lange muss das Angebot mindestens dauern, damit sich für sie die Anreise gelohnt hat?
- Mögliche Antworten wären z.B., dass das Angebot mind. gleich lang wie die Anreise dauern sollte oder dass man ab einer Anreise von über 2 Stunden ein Tagesangebot vorfinden sollte.
- Diese Frage bringt wichtige Erkenntnisse für das Marketingkonzept.

Spielt die finanzielle Situation bei bestimmten Zielgruppen eine große Rolle in Bezug auf Kosten bzw. Nutzung von barrierefreien Freizeitangeboten?

Hintergrund der Frage:

- Erlangung von wichtigen Erkenntnissen für die Preispolitik des Nationalparks im Rahmen von barrierefreien BesucherInnenangeboten.
- Leitet indirekt zur nächsten Frage über.

Zu beachten:

- Sollte der/die InterviewpartnerIn eine Behinderung haben, dann sollte diese Frage sensibel gestellt werden, da es auch als Diskriminierung verstanden werden kann.
- Möglich wären z.B. folgenden Antworten: da es im Verband vermehrt Personen gibt, die in betreuten Wohnanlagen wohnen oder pflegebedürftig sind, haben diese nicht so viele finanzielle Mittel zur Verfügung.
- Natürlich gibt es auch bei Menschen mit Behinderung unterschiedliche "Schichten".
- Grundsätzlich muss aber angemerkt werden, dass es immer ums Geld geht, egal ob man eine Behinderung hat oder nicht.

Welche Formen der Eintrittspreis-Ermäßigung für Menschen mit Behinderung bzw. deren AssistentInnen erachten Sie als sinnvoll bzw. wenden Sie im Rahmen Ihrer Preispolitik an*?*

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage gibt wichtige Aufschlüsse über die Preisgestaltung.

Zu beachten:

- Mögliche Varianten: 1. Assistent gratis, Mensch mit Behinderung (MmB) zahlt voll 2. Ass. zahlt voll, MmB gratis, 3. Ass. zahlt voll, MmB zahlt ermäßigt.

Der Rauchbodenweg ist außerhalb von Führungen bei freiem Eintritt begehbar. Ist es aus Ihrer Sicht gerechtfertigt, dass für die Zurverfügungstellung von technischen Hilfsmitteln (z.B. SWISS•TRACs, virtuelle Guides) bzw. anderer Hilfsmittel eine Verleihgebühr verlangt wird?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage gibt wichtige Aufschlüsse über die Kosten des laufenden Betriebes bei IndividualbesucherInnen (also Menschen mit Behinderung, die keine Gruppenführungen in Anspruch nehmen).

Zu beachten:

- Sollte der/die InterviewpartnerIn eine Behinderung haben, dann sollte diese Frage sehr vorsichtig gestellt werden. Laut Behindertengleichstellungsgesetz müssen alle Menschen den gleichen Zugang haben.

Finden Sie die Vorgangsweise richtig, dass zusätzliche Kosten für GebärdensprachendolmetscherInnen im Rahmen von Führungen von der Nationalpark Gesäuse GmbH nicht übernommen werden, die DolmetscherInnen aber von der Nationalpark Gesäuse GmbH gerne organisiert werden*?*

Hintergrund der Frage:

- Frage hat Bedeutung für Preisgestaltung für integrative Führungen.
- Die Antwort sollte sehr kurz gehalten werden (ja/nein; kurze Begründung).

Welche Teile Ihres Angebotes erachten Sie in Bezug auf Barrierefreiheit als unverzichtbar?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung von wichtigen Aspekten für die Produktentwicklung.

Zu beachten:

- Frage kann nicht erschöpfend beantwortet werden. Es geht darum, dass der/die InterviewpartnerIn spontan einen wichtigen Aspekt nennt.

Gibt es in Ihrem Betrieb ein Qualitätsmanagement? Wenn ja, sind barrierefreie Angebote in das Qualitätsmanagement integriert und in welcher Form?

Wird das Thema „Umweltstandards/Umweltverträglichkeit“ bei der Gestaltung von barrierefreien Angeboten berücksichtigt? Wenn ja, in welcher Form?

Welche Evaluierungsmethoden zur Erfolgsüberprüfung setzen Sie ein?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung von Qualitätssicherungsmaßnahmen bzw. Methoden.

1.5 Kommunikations- und Distribution: Anforderungen an die Vorabinformation und Bewerbung sowie diesbezügliche Synergien

Welche Vorabinformationen in Bezug auf das Wegenetz werden benötigt und in welcher Form geben Sie diese Vorabinformationen?

Hintergrund der Frage:

- Z.B. durchschnittliche Steigung, Relief und Höhenprofil, tastbares Relief vor Ort, Länge des Wanderweges, Beschaffenheit des Weges.
- Frage liefert wichtige Erkenntnisse für die Bewerbung und Präsentation des Angebotes.

Welche sonstigen Leistungen/Informationen sind im Vorfeld der Buchung oder Inanspruchnahme des Angebotes notwendig?

Hintergrund der Frage:

- Damit man sich für ein Angebot entscheidet: Eventuell benötigte Informationen über barrierefreie Toiletten und wo sie sich befinden, Fotos, Lokale/Restaurants etc.

Wie bzw. mittels welcher Werbemedien oder Informationskanäle informieren sich die Zielgruppen vorab über ein Freizeitangebot bzw. Reiseangebot?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage ist für die Ausarbeitung des Marketingplanes für barrierefreie Nationalparkangebote essentiell; z.B. Fachzeitschriften, Verbandsmagazin, Messen, Internet.
- Mögliche Informationskanäle, welche die Zielgruppen nutzen; z.B. einschlägige Fachzeitschriften, Verbandsmagazin, spezielle Messen, diverse Websites etc.

Welche Informationskanäle und Werbemedien für die Bewerbung von barrierefreien Angeboten würden Sie unbedingt der Nationalparkverwaltung empfehlen?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage stellt eine sehr wichtige Grundlage für die Ausarbeitung bzw. Ableitung eines Marketingplanes für barrierefreie BesucherInnenangebote des Nationalparks dar.
- Welche Werbemedien müssen von der Nationalparkverwaltung selbst hergestellt werden (Broschüren, Website etc.) und welche bereits bestehenden Informations-

kanäle (z.B. von Behindertenorganisationen etc.) können seitens des Nationalparks mitgenutzt werden.

Welche Synergien bzw. Partnerschaften schlagen Sie für eine effiziente Bewerbung bzw. für das Anbieten von Pauschalen im Rahmen von Ein- und/oder Mehrtagesangebote (sowohl für Individualgäste als auch für Gruppen) vor?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage ergibt sich direkt oder indirekt aus der Antwort der vorherigen Frage, liefert aber sehr wichtige Erkenntnisse für die weitere Erstellung des Marketingplanes.
- Es geht bei dieser Frage um das Ausloten etwaiger strategischer Werbekooperationen u.a.

Welche Buchungszentralen würden sich im Zuge der Vermarktung von Pauschalangeboten anbieten? Gibt es aus Ihrer Sicht die Möglichkeit auch mit einschlägigen Reisebüros, wie zum Beispiel Ihrem, zusammenzuarbeiten bzw. strategische Partnerschaften zu bilden?

Hintergrund der Frage:

- Sollten die Angebote durch Reisebüro des Nationalparks selbst abgewickelt werden, oder könnte die Vermarktung inkl. der Buchungslogistik auch ausgelagert werden? Wenn ja, wer und in welcher Form zu welchen Rahmenbedingungen.

Welche Zielmärkte für die Vermarktung des gegenständlichen barrierefreien BesucherInnenangebotes sind aus Ihrer Sicht für den Nationalpark Gesäuse kurz-, mittel- und langfristig sinnvoll bzw. realistisch?

Hintergrund der Frage:

- Auch diese sehr wichtige Frage ergibt sich direkt oder indirekt aus der Antwort der vorherigen Frage.
- Wo liegen – realistisch betrachtet – die kurzfristigen, mittel- und langfristigen Zielmärkte?
- Ein Zielmarkt kann aber nicht nur geografisch gesehen werden, sondern kann durchaus auch zum Beispiel ein Behindertenverband etc. sein.

Welche Werbebotschaften fallen Ihnen spontan für barrierefreie Besucher-Innenangebote im Nationalpark Gesäuse ein?

Hintergrund der Frage:

- Zum Beispiel: Die Kombination „schroffes Hochgebirge Gesäuse“ mit „Barrierefreiheit“ könnte der USP (unique selling point) sein.

- Ableitung von Werbeslogans im Rahmen der noch zu erarbeitenden Werbe- bzw. Marketingstrategie.

Zu beachten:

- Nur spontane Antworten, da ansonsten bei dieser Frage zu viel Zeit verloren gehen würde.

Wann könnten sich Menschen mit Behinderung im Zuge der Bewerbung von barrierefreien BesucherInnenangeboten diskriminiert fühlen?

Hintergrund der Frage:

- Durch ungeschickt formulierte Werbebotschaften bzw. textliche Beschreibung von Angeboten läuft man Gefahr, einzelne Zielgruppen bzw. deren Entscheidungsträger (z.B. Obleute von Behindertenorganisationen) zu diskriminieren und somit zu verärgern. Dadurch würde die Nationalparkverwaltung potentielle Zielgruppen oder Zielmärkte verlieren bzw. gar nicht erst gewinnen.
- Im Rahmen der Beantwortung dieser Frage sollen wichtige Tipps gegeben werden, diesbezügliche Fehler zu vermeiden.

Welche positiven oder negativen Erfahrungen haben Sie mit gut oder schlecht geschultem Personal entlang der touristischen Servicekette gemacht?

Hintergrund der Frage:

- Z.B. ob es diskriminierendes Auftreten gab, ob Ängste bestehen, Berührungsängste, Unsicherheit, Unverständnis etc.
- Aus dieser Frage sollen etwaig notwendige Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für Personal entlang der touristischen Servicekette (inkl. Führungspersonal) abgeleitet werden.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

Rechnet sich der laufende Betrieb Ihrer barrierefreien BesucherInnenangebote wirtschaftlich und welche Rollen spielen bei diesen Überlegungen etwaige öffentliche Förderungen für die Infrastrukturerrichtung oder für den laufenden Betrieb?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung von Wirtschaftlichkeitsberechnungen.

1.6 Die barrierefreien BesucherInnenangebote des Nationalparks im regionalen Kontext

Neben den geplanten barrierefreien Angeboten lt. Grundkonzept gibt es in der umliegenden Tourismusregion noch einige rollstuhlgerechte Spazierwege sowie das barrierefreie Museum im Benediktinerstift Admont. Auf wie viele Tage sollte ein all. inkl. Spezialpackage für Menschen mit Behinderung (sowohl Individualgäste als auch Gruppen) maximal ausgelegt sein und welche Angebote sollten in Pauschalen zusätzlich einbezogen werden?

Hintergrund der Frage:

- Da das barrierefreie BesucherInnenangebot in der Region (inkl. dem Angebot des Nationalparks) derzeit begrenzt ist, wird die Länge des Urlaubes eher beschränkt sein. Es wäre interessant auszuloten, ob barrierefreie BesucherInnenangebote in der weiteren Umgebung (z.B. in Bad Aussee, Dachstein etc.) doch zu einem längeren Verbleiben in der Nationalparkregion Gesäuse animieren. Dies ist natürlich auch eine Frage der Mobilität, bzw. der Bereitschaft längere Tagesfahrten in Kauf zu nehmen.

Da es in der umliegenden Tourismusregion bislang nur begrenzte Bettenkapazitäten für Menschen mit Behinderung bzw. RollstuhlfahrerInnen gibt, wäre ein Ausweichen auf Quartiere auch außerhalb der Tourismusregion im Zuge des Anbietens von all. inkl. Pauschalen notwendig (z.B. Windischgarsten u.a.). Wie wichtig sind den Zielgruppen barrierefreie Beherbergungsbetriebe unmittelbar in der Region im Umfeld des Nationalparks bzw. wie lange sollte die Fahrzeit zwischen dem Beherbergungsbetrieb und dem gegenständlichen Angebot im Nationalpark im Zuge von Mehrtages-pauschalen maximal dauern?

Hintergrund der Frage:

- Mangels verfügbarer barrierefreier Bettenkapazitäten in der Nationalparkregion Gesäuse könnte ja auch eine Kooperation mit einer etwas weiter entfernten Destination oder Hotel eingegangen werden (z.B. Bad Aussee, Windischgarsten etc.). Dies würde bedeuten, dass die Menschen mit Behinderung eben dort nächtigen und das Angebot des Nationalparks Gesäuse mittels eines oder mehrerer Tagesausflüge in Anspruch nehmen.

Zu beachten:

- Mittel- oder langfristiges Ziel des Nationalparks Gesäuse ist selbstverständlich, dass auch in der Gesäuseregion die entsprechenden Bettenkapazitäten Schritt für Schritt geschaffen werden.

Wie sehen Sie die Möglichkeit, Mehrtagespauschalen für Menschen mit Behinderung (sowohl Individualgäste als auch Gruppen) in Kooperation mit weiter entfernt liegenden Destinationen anzubieten (z.B. Kultur in Linz oder Graz gemeinsam mit Naturangebot im Nationalpark etc.)?

Hintergrund der Frage:

- Ähnliche Fragestellung wie bei vorheriger Frage.
- Allerdings sind unter dieser Frage Kurzreisen über mehrere –teilweise konträre – Destinationen gemeint, bei denen das Angebot des Nationalparks lediglich einen „Baustein“ darstellt. (z.B. Reise von Wien, über Linz (tw. sogar mit Schiff – Besuch einer kulturellen Veranstaltung in Linz – Übernachtung in Linz – Weiterfahrt ins Gesäuse mit Nationalpark und Stift – Heimfahrt)
- Diese Frage liefert weitere Ideen für die Produktgestaltung.

In welchem Ausmaß sollten zusätzliche barrierefreie Angebote in der Region vorhanden sein (also zusätzlich zum gegenständlichen Angebot im Nationalpark), um sich „barrierefreie Urlaubsdestination“ nennen zu können?

Hintergrund der Frage:

- Auslotung der Meinung über das barrierefreie Gesamtangebot im nationalen und internationalen Vergleich.
- Diese Frage liefert wichtige Aspekte für die Konzeption der grundsätzlichen Marketingstrategie bzw. Marketingbotschaften.

Beschreiben Sie in einigen kurzen Worten das aus Ihrer Sicht perfekte und innovative Dreitagespackage im Nationalpark bzw. der Nationalparkregion Gesäuse!

Hintergrund der Frage

- Aufbauend auf die vorhin gestellten Fragen bzw. Anregungen, sollten die/der InterviewpartnerIn einen kreativen Vorschlag für ein Pauschalangebot in einigen kurzen Worten skizzieren.
- Diese Frage liefert weitere Ideen für die Produktgestaltung.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

1.7 An- und Abreise bzw. Mobilität mit öffentlichen Verkehrsmitteln

Als Einleitung zu diesem Themenblock sollte ein kurzer Überblick über die aktuelle Situation zum Thema „Öffentlicher Verkehr“ gegeben werden.

Was sind die ausschlaggebenden Faktoren, damit öffentliche Verkehrsmittel bei der An- und Abreise bzw. für die Mobilität in der Region angenommen werden?

Hintergrund der Frage

- Z.B. elektrische oder mechanische Einstiegsrampe, schnelle Verbindungen, nicht zu lange Wartezeiten, Preis, Information im Vorfeld, Ruftaxis, persönlicher Abholdienst, Ticket für ÖV in der Nationalparkpauschale inkludiert etc.
- Ableitung von Handlungsempfehlungen für die Anbieter von Öffentlichem Verkehr sowie für die Nationalparkverwaltung im Zuge der Ausarbeitung von Pauschalangeboten, bei denen der Öffentliche Verkehr eingebunden wird.

Angenommen, die ausschlaggebenden Faktoren wären erfüllt: Wie hoch schätzen Sie das Potential bzw. die Nachfrage nach Inanspruchnahme von Öffentlichen Verkehrsmitteln für die An- und Abreise bzw. Mobilität innerhalb der Region ein und inwieweit sollte die Nationalparkverwaltung das Thema „Öffentlicher Verkehr" in Bezug zu barrierefreien BesucherInnenangeboten aufgreifen bzw. auch in Pauschalangebote integrieren?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung der touristischen Potentiale barrierefreier Besucher-Innenangebote in Verbindung mit „Öffentlichem Verkehr".

Welche positiven und negativen Erfahrungen haben Sie in Bezug auf die Buchung bzw. Inanspruchnahme von barrierefreien öffentlichen Verkehrs-mitteln und welche wichtigen Empfehlungen können Sie uns geben?

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

1.8 Förderungen

Können Sie Auskunft oder Informationen über Fördermöglichkeiten für die Errichtung oder den laufenden Betrieb von barrierefreien Tourismus- oder Freizeitangeboten geben?

Hintergrund der Frage

- Dieses Thema ist essentieller Bestandteil der Preispolitik im Rahmen von barrierefreien BesucherInnenangeboten des Nationalpark Gesäuse.

1.9 Allgemeine Fragen, Stimmungsbild

Wie schätzen Sie das vorhandene bzw. geplante barrierefreie Besucher-Innenangebot (lt. Grundkonzept) im Nationalpark Gesäuse im Vergleich zu nationalen und internationalen Angeboten ein und wie sollte dieses aus Ihrer Sicht weiterentwickelt werden?

Hintergrund der Frage

- Ableitung der touristischen Potentiale barrierefreier BesucherInnenangebote.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

Was wäre Ihre Vision hinsichtlich der Rolle des Nationalparks Gesäuse in Bezug zu Barrierefreiheit bzw. barrierefreiem Tourismus (z.B. Partnerschaft mit einer Rehabilitationsklinik oder bedeutenden anderen touristischen Angebotsträgern etc.)?

Hintergrund der Frage

- Ableitung einer oder mehrerer Visionen betreffend „Barrierefreie BesucherInnenangebote“ im Nationalpark Gesäuse bzw. „Tourismus für Alle“ in der gesamten Nationalparkregion.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

Nennen Sie ein Beispiel einer positiven, und ein Beispiel einer negativen Erfahrung hinsichtlich Bewerbung, oder Zufriedenheit, oder Buchung, oder Besucherservice!

Hintergrund der Frage

- Ableitung von sehr wichtigen Handlungsempfehlungen.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur zwei wesentliche Aspekte genannt werden können.

1.10 Nachbesprechung

- Nach Literatur oder relevanten Websites nachfragen.
- Nachfragen, ob der/die InterviewpartnerIn über den weiteren Projektfortschritt im Nationalpark Gesäuse informiert werden möchte.
- Nachfragen nach weiteren „good practise Beispielen“ oder weiteren „ExpertenInnen“ aus dem Bereich „barrierefreie Freizeitangebote“.

Leitfaden für VertreterInnen von Anbietern von SWISS•TRACs bzw. FreizeitanbieterInnen mit SWISS•TRACs

1.1 Einleitung

Da 11 „swiss bezogene Fragen“ vorgesehen sind, könnte der Fragebogen für die Befragung dieser StakeholderInnen in anderen Bereichen um 11 Fragen reduziert werden. Eine andere Möglichkeit wäre den/die InterviewpartnerIn am Beginn des Interviews zu ersuchen, ob das Interview in Anbetracht dieser zusätzlichen Thematik „SWISS•TRAC“ länger dauern darf.

1.2 Kurzvorstellung des Grundkonzeptes

Dauer max. 5 Minuten; Durchführung anhand eines reichbebilderten Handouts, welches in textlicher Form lediglich einige stichpunktartige Aufzählungen und prägnante Schlagworte aufweist.

1.3 Zur Person, zur Institution bzw. Firma, Zuständigkeit und Rolle im Bereich des „Barrierefreien Tourismus“

Beschreiben Sie bitte kurz Ihre Institution bzw. Firma, Ihre Aufgabenbereiche bzw. Ihre diesbezüglichen Kompetenzen!

Hintergrund der Frage:

- Man erfährt, ob bzw. inwieweit der/die InterviewpartnerIn zum Thema „Tourismus“ fachlich versiert ist bzw. welche Kernkompetenzen der/die InterviewpartnerIn hat.

Zu beachten:

- Lediglich sehr kurze Antwort zulassen, da ansonsten zu viel Zeit verloren geht.

Beschreiben Sie bitte in wenigen Worten Ihr barrierefreies touristisches Angebot!

Hintergrund der Frage:

- Man erfährt die Schwerpunktsetzung des touristischen Angebotes, welches vom betreffenden Freizeitanbieter angeboten wird.

Zu beachten:

- Lediglich sehr kurze Antwort zulassen, da ansonsten zu viel Zeit verloren geht. Prospektmaterial etc. – wenn möglich – mitnehmen.

Was hat Sie bewogen, Angebote aus dem Bereich „Barrierefreier Tourismus“ anzubieten bzw. zu verkaufen?

Hintergrund der Frage:

- Aus der Frage kann man gegebenenfalls ableiten, ob dieser Geschäftszweig rein wirtschaftlich gesehen profitabel ist, oder eher „Liebhaberei“ (im positiven Sinn) ist.

1.4 Anforderungen an die Infrastruktur im Projektgebiet

In welchen Abständen sind barrierefreie WCs entlang eines Weges mit 5 km Länge (Rauchbodenweg) erforderlich, wobei am Anfangs- und Endpunkt barrierefreie WCs bereits vorhanden sind?

Sollten etwaige Unterstände als Schutz vor Regen bzw. zur Benützung als Raststation entlang des 5 km langen Rauchbodenweges eine besondere Ausstattung haben? Wie viele Unterstände würden Sie empfehlen?

Hintergrund der Frage:

- Es geht insbesondere darum, ob die verschiedensten Zielgruppen (Menschen mit unterschiedlichen Formen von Behinderung) eine besondere Ausstattung an den Unterständen benötigen oder bzw. diese als sinnvoll sehen.

Zu beachten:

- Jeder Mensch freut sich über einen Unterstand, nicht nur Menschen mit Behinderung. Die Frage daher sehr sensibel stellen.

Welche Notrufmöglichkeiten müssen im Projektgebiet vorhanden sein?

Hintergrund der Frage:

- Welche Notrufmöglichkeiten sind aus Sicht der Stakeholder beim personell besetzten Weidendom und Nationalparkpavillon (Handy, Notrufsäule, Sms-Nummer etc.) notwendig oder sinnvoll.
- Welche Notrufmöglichkeiten entlang des Rauchbodenweges (Verleih von Handy, Sms-Nummern o.a.) notwendig oder sinnvoll.

Welche Empfehlungen können Sie uns geben, um die ungesicherte Straßenquerung über die Ennstal-Bundesstraße barrierefrei und sicher zu gestalten?

Hintergrund der Frage:

- Bundesstraße muss zweimal überquert werden.
- Wie kann die Überquerung erfolgen bei Führungen oder von IndividualbesucherInnen.
- Dies ist eine sehr wichtige Auskunft für die Nationalparkverwaltung.

Zu beachten:

- Diese Frage muss sehr vorsichtig gestellt werden, da Straßenüberquerungen prinzipiell immer eine Gefahr darstellen, egal ob man eine Behinderung hat oder nicht.
- Die Frage soll so gestellt werden, dass sie einen direkten Bezug zur Zielgruppe hat (z.B. dass RollstuhlfahrerInnen und SeniorInnen mehr Zeit benötigen und Angst haben, unter Stress die Straße zu überqueren oder dass blinde Menschen eine akustische Ampel benötigen.

Welche sonstigen baulichen bzw. infrastrukturellen Gegebenheiten (über die bestehende bzw. geplante Infrastruktur hinaus) sollten vorhanden sein, damit Menschen mit Behinderung das Angebot optimal nutzen können?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung von etwaig notwendigen Serviceeinrichtungen, an die man als „Nichtbetroffener" nicht denkt, die aber sehr nützlich für die betroffenen Zielgruppen (Menschen mit unterschiedlichsten Formen der Behinderung) sind.

Zu beachten:

- Es geht bei dieser Frage nicht um prinzipielle Notwendigkeiten hinsichtlich der Ausgestaltung barrierefreier Infrastruktur (behindertengerechter Parkplatz, WC etc.), sondern um etwaige nützliche Zusatzeinrichtungen.

1.5 Produkt- und Preisgestaltung

Beschreiben Sie die Wichtigkeit von auditiven bzw. optischen Informationen entlang des Wegverlaufes am Rauchbodenweg!

Hintergrund der Frage:

- Die Frage stellt sich, ob über den „XEIS Guide" hinaus, zusätzliche Stationen – mit vertretbarem finanziellen Aufwand bzw. einfachen aber innovativen Mitteln – für die verschiedensten Zielgruppen (Menschen mit unterschiedlichsten Formen der Behinderung) sinnvoll wären.

Zu beachten:

- Sollte der/die InterviewpartnerIn eine Behinderung haben, dann sollte diese Frage sehr vorsichtig gestellt werden: Laut Behindertengleichstellungsgesetz müssen alle Menschen den gleichen Zugang haben. Das bedeutet bei blinden oder sehbeeinträchtigten Personen, dass akustische Informationen vorhanden sein müssen und bei gehörlosen und schwerhörigen Personen, dass sichtbare Informationen vorhanden sein müssen.
- Wenn die Frage aber sachlich und vorsichtig gestellt wird, könnte man Informationen darüber erhalten, warum sie so wichtig ist (als Argument beim Marketing oder

der Umsetzung) und es kann besser abgeschätzt werden, ob der „XEIS Guide“ adaptiert werden soll bzw. ob sich Investitionen in diesem Bereich lohnen.

Würden Sie den Einsatz von Gebärdensprachenvideos im Zuge der Verwendung von „XEIS Guides“ empfehlen, oder würde aus Ihrer Sicht eine textliche Beschreibung ausreichen? Worauf sollte man bei der textlichen Beschreibung achten?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung notwendiger Adaptierungen im Zuge der Programmierung der „XEIS Guides“.

Der Nationalpark überlegt, auch spezielle Gruppenführungen für Menschen mit Behinderung anzubieten. Würden Sie dies befürworten bzw. gibt es aus ihrer Sicht diesbezüglich eine Nachfrage? Wenn ja: Worauf sollte man bei der Gestaltung einer „speziellen Führung“ achten und gibt es Erfahrungen mit diesbezüglichen Gruppengrößen?

Hintergrund der Frage:

- Spezialführungen versus Integrative Führungen: Vor- und Nachteile.
- Ableitung der touristischen Potentiale: gibt es einen touristisch relevanten Markt, um für gewisse Zielgruppen „Spezialführungen“ anzubieten oder ist das touristische Potential eher gegeben, wenn die Nationalparkverwaltung verstärkt auf „Integrative Gruppenführungen“ setzt.

Zu beachten:

- Sollte der/die InterviewpartnerIn eine Behinderung haben, dann könnte es als Diskriminierung aufgefasst werden, dass überhaupt darüber nachgedacht wird, "Extraführungen" anzubieten.

Die Nationalparkverwaltung möchte natürlich auch „integrative Gruppenführungen“ anbieten. Inwiefern müssen integrative Gruppenführungen auf die unterschiedlichen Zielgruppen abgestimmt werden und worauf sollte man bei der Gestaltung einer „integrativen Führung“ achten?

Hintergrund der Frage:

- Führungspersonal soll gut geschult sein und Kenntnisse darüber haben, wie man mit Menschen mit Behinderung umgehen muss bzw. welche Ansprüche einzelne Zielgruppen hinsichtlich der Gestaltung einer Führung stellen.
- Zum Beispiel sollten die FührerInnen wissen, dass Menschen mit Lernschwierigkeiten oft Schwierigkeiten mit Fremdwörtern haben, SeniorInnen sich oft setzen möchten, Blinde gerne fühlen etc.
- Es geht also bei der Frage darum, worauf die FührerInnen bei der Art der Behinderung im Rahmen einer integrativen Führung achten müssen.

- Ableitung von etwaigen Schulungsmaßnahmen für die FührerInnen des Nationalparks.

Zu beachten:

- Vermutlich kann diese Thematik im Zuge dieser Fragestellung aus Zeitgründen nicht erschöpfend behandelt werden. Es geht hier lediglich um wichtige Aspekte.

Welche Dauer einer Führung bzw. der Angebotsnutzung (ohne Führung) empfehlen Sie im Vergleich zur Anreisezeit?

Hintergrund der Frage:

- Oft reisen TouristInnen und BesucherInnen sehr lange an, auch innerhalb Österreichs. Wie lange muss das Angebot mindestens dauern, damit sich für sie die Anreise gelohnt hat?
- Mögliche Antworten wären z.B., dass das Angebot mind. gleich lang wie die Anreise dauern sollte oder dass man ab einer Anreise von über 2 Stunden ein Tagesangebot vorfinden sollte.
- Diese Frage bringt wichtige Erkenntnisse für das Marketingkonzept.

Spielt die finanzielle Situation bei bestimmten Zielgruppen eine große Rolle in Bezug auf Kosten bzw. Nutzung von barrierefreien Freizeitangeboten?

Hintergrund der Frage:

- Erlangung von wichtigen Erkenntnissen für die Preispolitik des Nationalparks im Rahmen von barrierefreien BesucherInnen-angeboten.
- Leitet indirekt zur nächsten Frage über.

Zu beachten:

- Sollte der/die InterviewpartnerIn eine Behinderung haben, dann sollte diese Frage sensibel gestellt werden, da es auch als Diskriminierung verstanden werden kann.
- Möglich wären z.B. folgende Antworten: da es im Verband vermehrt Personen gibt, die in betreuten Wohnanlagen wohnen oder pflegebedürftig sind, haben diese nicht so viele finanzielle Mittel zur Verfügung.
- Natürlich gibt es auch bei Menschen mit Behinderung unterschiedliche "Schichten".
- Grundsätzlich muss aber angemerkt werden, dass es immer ums Geld geht, egal ob man eine Behinderung hat oder nicht.

Welche Formen der Eintrittspreis-Ermäßigung für Menschen mit Behinderung bzw. deren AssistentInnen erachten Sie als sinnvoll bzw. wenden Sie im Rahmen Ihrer Preispolitik an?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage gibt wichtige Aufschlüsse über die Preisgestaltung.

Zu beachten:

- Mögliche Varianten: 1. Assistent gratis, Mensch mit Behinderung (MmB) zahlt voll 2. Ass. zahlt voll, MmB gratis, 3. Ass. zahlt voll, MmB zahlt ermäßigt.

Der Rauchbodenweg ist außerhalb von Führungen bei freiem Eintritt begehbar. Ist es aus Ihrer Sicht gerechtfertigt, dass für die Zurverfügungstellung von technischen Hilfsmitteln (z.B. SWISS•TRACs, virtuelle Guides) bzw. anderer Hilfsmittel eine Verleihgebühr verlangt wird?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage gibt wichtige Aufschlüsse über die Kosten des laufenden Betriebes bei IndividualbesucherInnen (also Menschen mit Behinderung, die keine Gruppenführungen in Anspruch nehmen).

Zu beachten:

- Sollte der/die InterviewpartnerIn eine Behinderung haben, dann sollte diese Frage sehr vorsichtig gestellt werden. Laut Behindertengleichstellungsgesetz müssen alle Menschen den gleichen Zugang haben.

Finden Sie die Vorgangsweise richtig, dass zusätzliche Kosten für GebärdensprachendolmetscherInnen im Rahmen von Führungen von der Nationalpark Gesäuse GmbH nicht übernommen werden, die Dolmetscher-Innen aber von der Nationalpark Gesäuse GmbH gerne organisiert werden?

Hintergrund der Frage:

- Frage hat Bedeutung für Preisgestaltung für integrative Führungen.
- Die Antwort sollte sehr kurz gehalten werden (ja/nein; kurze Begründung).

Welche Teile Ihres Angebotes erachten Sie in Bezug auf Barrierefreiheit als unverzichtbar?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung von wichtigen Aspekten für die Produktentwicklung.

Zu beachten:

- Frage kann nicht erschöpfend beantwortet werden. Es geht darum, dass der/die InterviewpartnerIn spontan einen wichtigen Aspekt nennt.

Gibt es in Ihrem Betrieb ein Qualitätsmanagement? Wenn ja, sind barrierefreie Angebote in das Qualitätsmanagement integriert und in welcher Form?

Wird das Thema „Umweltstandards/Umweltverträglichkeit“ bei der Gestaltung von barrierefreien Angeboten berücksichtigt? Wenn ja, in welcher Form?

Welche Evaluierungsmethoden zur Erfolgsüberprüfung setzen Sie ein?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung von Qualitätssicherungsmaßnahmen bzw. Methoden.

1.6 „SWISS•TRAC“ relevante Fragen

Wie viele SWISS•TRACs haben Sie, und aus welchen Kennzahlen bzw. Beweggründen haben Sie gerade diese Menge an Geräten angeschafft?

Welche Auslastung können Sie für die angeschafften Geräte erzielen?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung des Breakeven Points der anzuschaffenden Geräte

Welche Schwierigkeiten gibt es in der Nutzung der Geräte?

Wie hoch sind die Betriebs- und Wartungskosten?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung des Breakeven Points bzw. der Kosten für den laufenden Betrieb.

Wie einfach oder schwierig gestaltet sich die Organisation des Verleihs?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung von Empfehlungen für die Anmelde- bzw. Abwicklungslogistik (Zeitressourcen, Personalressourcen etc.).

Wie lange dauert die Adaptierung eines Rollstuhls bzw. welche Informationen brauchen die Gäste im Vorfeld?

Wenn Sie Rollstühle zur Verfügung stellen: Worauf muss bei der Anschaffung geachtet werden?

Welche Erfahrungen haben Sie mit der Nutzung von „fremden Rollstühlen“?

Wie muss die Beschaffenheit der Forststraßen bei der Verwendung der SWISS•TRACs sein?

Welche Art von Notruf bieten Sie in Verbindung mit der Nutzung der SWISS•TRACs an? Wie funktioniert dieses Service?

Wie sehen Sie die Möglichkeit der Nutzung der „XEIS Guides“ in Verbindung mit SWISS•TRACs und welche Adaptierungen der „XEIS Guides“ sollten diesbezüglich vorgenommen werden, damit dieser auch für SWISS•TRACs benutzende RollstuhlfahrerInnen verwendet werden kann?

1.7 Kommunikations- und Distribution: Anforderungen an die Vorabinformation und Bewerbung sowie diesbezügliche Synergien

Welche Vorabinformationen in Bezug auf das Wegenetz werden benötigt und in welcher Form geben Sie diese Vorabinformationen?

Hintergrund der Frage:

- Z.B. durchschnittliche Steigung, Relief und Höhenprofil, tastbares Relief vor Ort, Länge des Wanderweges, Beschaffenheit des Weges.
- Frage liefert wichtige Erkenntnisse für die Bewerbung und Präsentation des Angebotes.

Welche sonstigen Leistungen/Informationen sind im Vorfeld der Buchung oder Inanspruchnahme des Angebotes notwendig?

Hintergrund der Frage:

- Damit man sich für ein Angebot entscheidet: Eventuell benötigte Informationen über barrierefreie Toiletten und wo sie sich befinden, Fotos, Lokale/Restaurants etc.

Wie bzw. mittels welcher Werbemedien oder Informationskanäle informieren sich die Zielgruppen vorab über ein Freizeitangebot bzw. Reiseangebot?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage ist für die Ausarbeitung des Marketingplanes für barrierefreie Nationalparkangebote essentiell; z.B. Fachzeitschriften, Verbandsmagazin, Messen, Internet.
- Mögliche Informationskanäle, welche die Zielgruppen nutzen; z.B. einschlägige Fachzeitschriften, Verbandsmagazin, spezielle Messen, diverse Websites etc.

Welche Informationskanäle und Werbemedien für die Bewerbung von barrierefreien Angeboten würden Sie unbedingt der Nationalparkverwaltung empfehlen?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage stellt eine sehr wichtige Grundlage für die Ausarbeitung bzw. Ableitung eines Marketingplanes für barrierefreie BesucherInnenangebote des Nationalparks dar.
- Welche Werbemedien müssen von der Nationalparkverwaltung selbst hergestellt werden (Broschüren, Website etc.) und welche bereits bestehenden Informationskanäle (z.B. von Behindertenorganisationen etc.) können seitens des Nationalparks mitgenutzt werden.

Welche Synergien bzw. Partnerschaften schlagen Sie für eine effiziente Bewerbung bzw. für das Anbieten von Pauschalen im Rahmen von Ein- und/oder Mehrtagesangeboten (sowohl für Individualgäste als auch für Gruppen) vor?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage ergibt sich direkt oder indirekt aus der Antwort der vorherigen Frage, liefert aber sehr wichtige Erkenntnisse für die weitere Erstellung des Marketingplanes.
- Es geht bei dieser Frage um das Ausloten etwaiger strategischer Werbekooperationen u.a.

Welche Buchungszentralen würden sich im Zuge der Vermarktung von Pauschalangeboten anbieten? Gibt es aus Ihrer Sicht die Möglichkeit auch mit einschlägigen Reisebüros, wie zum Beispiel Ihrem, zusammenzuarbeiten bzw. strategische Partnerschaften zu bilden?

Hintergrund der Frage:

- Sollten die Angebote vor Ort durch das Reisebüro des Nationalparks abgewickelt werden, oder könnte die Vermarktung inkl. der Buchungslogistik auch ausgelagert werden? Wenn ja, wer und in welcher Form zu welchen Rahmenbedingungen.

Welche Zielmärkte für die Vermarktung des gegenständlichen barrierefreien BesucherInnenangebotes sind aus Ihrer Sicht für den Nationalpark Gesäuse kurz-, mittel- und langfristig sinnvoll bzw. realistisch?

Hintergrund der Frage:

- Auch diese sehr wichtige Frage ergibt sich direkt oder indirekt aus der Antwort der vorherigen Frage.
- Wo liegen – realistisch betrachtet – die kurzfristigen, mittel- und langfristigen Zielmärkte?
- Ein Zielmarkt kann aber nicht nur geografisch gesehen werden, sondern kann durchaus auch zum Beispiel ein Behindertenverband etc. sein.

Welche Werbebotschaften fallen Ihnen spontan für barrierefreie Besucher-Innenangebote im Nationalpark Gesäuse ein?

Hintergrund der Frage:

- Zum Beispiel: Die Kombination „schroffes Hochgebirge Gesäuse“ mit „Barrierefreiheit“ könnte der USP (unique selling point) sein.
- Ableitung von Werbeslogans im Rahmen der noch zu erarbeitenden Werbe- bzw. Marketingstrategie.

Zu beachten:

- Nur spontane Antworten, da ansonsten bei dieser Frage zu viel Zeit verloren gehen würde.

Wann könnten sich Menschen mit Behinderung im Zuge der Bewerbung von barrierefreien BesucherInnenangeboten diskriminiert fühlen?

Hintergrund der Frage:

- Durch ungeschickt formulierte Werbebotschaften bzw. textliche Beschreibung von Angeboten läuft man Gefahr, einzelne Zielgruppen bzw. deren Entscheidungsträger (z.B. Obleute von Behindertenorganisationen) zu diskriminieren und somit zu verärgern. Dadurch würde die Nationalparkverwaltung potentielle Zielgruppen oder Zielmärkte verlieren bzw. gar nicht erst gewinnen.
- Im Rahmen der Beantwortung dieser Frage sollen wichtige Tipps gegeben werden, diesbezügliche Fehler zu vermeiden.

Welche positiven oder negativen Erfahrungen haben Sie mit gut oder schlecht geschultem Personal entlang der touristischen Servicekette gemacht?

Hintergrund der Frage:

- Z.B. ob es diskriminierendes Auftreten gab, ob Ängste bestehen, Berührungsängste, Unsicherheit, Unverständnis etc.
- Aus dieser Frage sollen etwaig notwendige Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für Personal entlang der touristischen Servicekette (inkl. Führungspersonal) abgeleitet werden.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

Rechnet sich der laufende Betrieb Ihrer barrierefreien BesucherInnenangebote wirtschaftlich und welche Rollen spielen bei diesen Überlegungen etwaige öffentliche Förderungen für die Infrastrukturerrichtung oder für den laufenden Betrieb?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung von Wirtschaftlichkeitsberechnungen.

1.8 Die barrierefreien BesucherInnenangebote des Nationalparks im regionalen Kontext

Neben den geplanten barrierefreien Angeboten lt. Grundkonzept gibt es in der umliegenden Tourismusregion noch einige rollstuhlgerechte Spazierwege sowie das barrierefreie Museum im Benediktinerstift Admont. Auf wie viele Tage sollte ein all. inkl. Spezialpackage für Menschen mit Behinderung (sowohl Individualgäste als auch Gruppen) maximal ausgelegt sein und welche Angebote sollten in Pauschalen zusätzlich eingebunden werden?

Hintergrund der Frage:

- Da das barrierefreie Besucherangebot in der Region (inkl. dem Angebot des Nationalparks) derzeit begrenzt ist, wird die Länge des Urlaubes eher beschränkt sein. Es wäre interessant auszuloten, ob barrierefreie BesucherInnenangebote in der weiteren Umgebung (z.B. in Bad Aussee, Dachstein etc.) doch zu einem längeren Verbleiben in der Nationalparkregion Gesäuse animieren. Dies ist natürlich auch eine Frage der Mobilität, bzw. der Bereitschaft längere Tagesfahrten in Kauf zu nehmen.

Da es in der umliegenden Tourismusregion bislang nur begrenzte Bettenkapazitäten für Menschen mit Behinderung bzw. RollstuhlfahrerInnen gibt, wäre ein Ausweichen auf Quartiere auch außerhalb der Tourismusregion im Zuge des Anbietens von all. inkl. Pauschalen notwendig (z.B. Windisch-garsten u.a.). Wie wichtig sind den Zielgruppen barrierefreie Beherbergungsbetriebe unmittelbar in der Region im Umfeld des Nationalparks bzw. wie lange sollte die Fahrzeit zwischen dem Beherbergungsbetrieb und dem gegenständlichen Angebot im Nationalpark im Zuge von Mehrtages-pauschalen maximal dauern?

Hintergrund der Frage:

- Mangels verfügbarer barrierefreier Bettenkapazitäten in der Nationalparkregion Gesäuse könnte ja auch eine Kooperation mit einer etwas weiter entfernten Desti-

nation oder Hotel eingegangen werden (z.B. Bad Aussee, Windischgarsten etc.). Dies würde bedeuten, dass die Menschen mit Behinderung eben dort nächtigen und das Angebot des Nationalparks Gesäuse mittels eines oder mehrerer Tagesausflüge in Anspruch nehmen.

Zu beachten:

- Mittel- oder langfristiges Ziel des Nationalparks Gesäuse ist selbstverständlich, dass auch in der Gesäuseregion die entsprechenden Bettenkapazitäten Schritt für Schritt geschaffen werden.

Wie sehen Sie die Möglichkeit, Mehrtagespauschalen für Menschen mit Behinderung (sowohl Individualgäste als auch Gruppen) in Kooperation mit weiter entfernt liegenden Destinationen anzubieten (z.B. Kultur in Linz oder Graz gemeinsam mit Naturangebot im Nationalpark etc.)?

Hintergrund der Frage:

- Ähnliche Fragestellung wie bei vorheriger Frage.
- Allerdings sind unter dieser Frage Kurzreisen über mehrere –teilweise konträre – Destinationen gemeint, bei denen Angebot des Nationalparks lediglich einen „Baustein" darstellt. (z.B. Reise von Wien, über Linz (tw. sogar mit Schiff – Besuch einer kulturellen Veranstaltung in Linz – Übernachtung in Linz – Weiterfahrt ins Gesäuse mit Nationalpark und Stift – Heimfahrt)
- Diese Frage liefert weitere Ideen für die Produktgestaltung.

In welchem Ausmaß sollten zusätzliche barrierefreie Angebote in der Region vorhanden sein (also zusätzlich zum gegenständlichen Angebot im Nationalpark), um sich „barrierefreie Urlaubsdestination" nennen zu können?

Hintergrund der Frage:

- Auslotung der Meinung über das barrierefreie Gesamtangebot im nationalen und internationalen Vergleich.
- Diese Frage liefert wichtige Aspekte für die Konzeption der grundsätzlichen Marketingstrategie bzw. Marketingbotschaften.

Beschreiben Sie in einigen kurzen Worten das aus Ihrer Sicht perfekte und innovative Dreitagespackage im Nationalpark bzw. der Nationalparkregion Gesäuse!

Hintergrund der Frage

- Aufbauend auf die vorhin gestellten Fragen bzw. Anregungen, sollte seitens des/der InterviewpartnerIn ein kreativer Vorschlag für ein Pauschalangebot in einigen kurzen Worten gemacht werden.
- Diese Frage liefert weitere Ideen für die Produktgestaltung.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

1.9 An- und Abreise bzw. Mobilität mit öffentlichen Verkehrsmitteln

Als Einleitung zu diesem Themenblock sollte ein kurzer Überblick über die aktuelle Situation zum Thema „Öffentlicher Verkehr“ gegeben werden.

Was sind die ausschlaggebenden Faktoren, damit öffentliche Verkehrsmittel bei der An- und Abreise bzw. für die Mobilität in der Region angenommen werden?

Hintergrund der Frage

- Z.B. elektrische oder mechanische Einstiegsrampe, schnelle Verbindungen, nicht zu lange Wartezeiten, Preis, Information im Vorfeld, Ruftaxis, persönlicher Abholdienst,Ticket für ÖV in der Nationalparkpauschale inkludiert etc.
- Ableitung von Handlungsempfehlungen für die Anbieter von Öffentlichem Verkehr sowie für die Nationalparkverwaltung im Zuge der Ausarbeitung von Pauschalangeboten, in die der Öffentliche Verkehr eingebunden wird.

Angenommen, die ausschlaggebenden Faktoren wären erfüllt: Wie hoch schätzen Sie das Potential bzw. die Nachfrage nach Inanspruchnahme von Öffentlichen Verkehrsmitteln für die An- und Abreise bzw. Mobilität innerhalb der Region ein und inwieweit sollte die Nationalparkverwaltung das Thema „Öffentlicher Verkehr“ in Bezug zu barrierefreien BesucherInnenangeboten aufgreifen bzw. auch in Pauschalangebote integrieren?

Hintergrund der Frage

- Ableitung der touristischen Potentiale barrierefreier Besucher-Innenangebote in Verbindung mit „Öffentlichem Verkehr“.

Welche positiven und negativen Erfahrungen haben Sie in Bezug auf die Buchung bzw. Inanspruchnahme von barrierefreien öffentlichen Verkehrsmitteln und welche wichtigen Empfehlungen können Sie uns geben?

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

1.10 Förderungen

Können Sie Auskunft oder Informationen über Fördermöglichkeiten für die Errichtung oder den laufenden Betrieb von barrierefreien Tourismus- oder Freizeitangeboten geben?

Hintergrund der Frage

- Dieses Thema ist essentieller Bestandteil der Preispolitik im Rahmen von barrierefreien BesucherInnenangeboten des Nationalpark Gesäuse.

1.11 Allgemeine Fragen, Stimmungsbild

Wie schätzen Sie das vorhandene bzw. geplante barrierefreie BesucherInnenangebot (lt. Grundkonzept) im Nationalpark Gesäuse im Vergleich zu nationalen und internationalen Angeboten ein und wie sollte dieses aus Ihrer Sicht weiterentwickelt werden?

Hintergrund der Frage

- Ableitung der touristischen Potentiale barrierefreier BesucherInnenangebote.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

Was wäre Ihre Vision hinsichtlich der Rolle des Nationalparks Gesäuse in Bezug zu Barrierefreiheit bzw. barrierefreiem Tourismus (z.B. Partnerschaft mit einer Rehabilitationsklinik oder bedeutenden anderen touristischen Angebotsträgern etc.)

Hintergrund der Frage

- Ableitung einer oder mehrerer Visionen betreffend „Barrierefreie BesucherInnenangebote“ im Nationalpark Gesäuse bzw. „Tourismus für Alle“ in der gesamten Nationalparkregion.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

Nennen Sie ein Beispiel einer positiven, und ein Beispiel einer negativen Erfahrung hinsichtlich Bewerbung, oder Zufriedenheit, oder Buchung, oder Besucherservice!

Hintergrund der Frage

- Ableitung von sehr wichtigen Handlungsempfehlungen.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur zwei wesentliche Aspekte genannt werden können.

1.12 Nachbesprechung

- Nach Literatur oder relevanten Websites nachfragen.
- Nachfragen, ob der/die InterviewpartnerIn über den weiteren Projektfortschritt im Nationalpark Gesäuse informiert werden möchte.
- Nachfragen nach weiteren „good practise Beispielen“ oder weiteren „ExpertenInnen“ aus dem Bereich „barrierefreie Freizeitangebote“.

Leitfaden für VertreterInnen von Öffentlichen Verkehrsträgern sowie Taxiunternehmen

1.1 Einleitung

1.2 Kurzvorstellung des Grundkonzeptes

Dauer max. 5 Minuten; Durchführung anhand eines reichbebilderten Handouts, welches in textlicher Form lediglich einige stichpunktartige Aufzählungen und prägnante Schlagworte aufweist.

1.3 Zur Person, zur Institution bzw. Firma, Zuständigkeit und Rolle im Bereich des „Barrierefreien Tourismus“

Beschreiben Sie bitte kurz Ihre Institution oder Abteilung bzw. Firma, Ihre Aufgabenbereiche bzw. Ihre diesbezüglichen Kompetenzen!

Hintergrund der Frage:

- Man erfährt, ob bzw. inwieweit der/die InterviewpartnerIn zum Thema „Tourismus“ fachlich versiert ist bzw. welche Kernkompetenzen der/die InterviewpartnerIn in Bezug zu barrierefreien ÖV – Dienstleistungen hat.

Zu beachten:

- Lediglich sehr kurze Antwort zulassen, da ansonsten zuviel Zeit verloren geht.

Beschreiben Sie bitte in wenigen Worten Ihre Dienstleistung in Bezug zu Barrierefreiheit!

Hintergrund der Frage:

- Man erfährt den Bezug des ÖV-Anbieters bzw. Taxiunternehmens zur Barrierefreiheit.

Zu beachten:

- Lediglich sehr kurze Antwort zulassen, da ansonsten zu viel Zeit verloren geht. Prospektmaterial etc. – wenn möglich – mitnehmen.

Was hat Sie bewogen, auch Dienstleistungen im Bereich „Barrierefreiheit“ anzubieten?

Hintergrund der Frage:

- Aus der Frage kann man gegebenenfalls ableiten, ob dieser Geschäftszweig rein wirtschaftlich gesehen profitabel ist, oder eher „Liebhaberei“ (im positiven Sinn) ist bzw. gesetzliche Hintergründe hat.

1.4 An- und Abreise bzw. Mobilität mit öffentlichen Verkehrsmitteln

Als Einleitung zu diesem Themenblock sollte ein kurzer Überblick über die aktuelle Situation zum Thema „Öffentlicher Verkehr“ in der Region gegeben werden.

Was sind die ausschlaggebenden Faktoren, damit öffentliche Verkehrsmittel bei der An- und Abreise bzw. für die Mobilität in der Region angenommen werden?

Hintergrund der Frage

- Z.B. elektrische oder mechanische Einstiegsrampe, schnelle Verbindungen, nicht zu lange Wartezeiten, Preis, Information im Vorfeld, Ruftaxis, persönlicher Abholdienst, Ticket für ÖV in der Nationalparkpauschale inkludiert etc.
- Ableitung von Handlungsempfehlungen für die Anbieter von „Öffentlichem Verkehr“ sowie für die Nationalparkverwaltung im Zuge der Ausarbeitung von Pauschalangeboten, wo der „Öffentliche Verkehr“ eingebunden wird.

Angenommen, die ausschlaggebenden Faktoren wären erfüllt: Wie hoch schätzen Sie das Potential bzw. die Nachfrage nach Inanspruchnahme von Öffentlichen Verkehrsmitteln für die An- und Abreise bzw. Mobilität innerhalb der Region ein und inwieweit sollte die Nationalparkverwaltung das Thema „Öffentlicher Verkehr“ in Bezug zu barrierefreien Besucherangeboten aufgreifen bzw. auch in Pauschalangebote integrieren?

Hintergrund der Frage

- Ableitung der touristischen Potentiale barrierefreier Besucher-Innenangebote in Verbindung mit „Öffentlichen Verkehr“.

Welche positiven und negativen Erfahrungen haben Sie in Bezug auf die Buchung bzw. Inanspruchnahme von barrierefreien öffentlichen Verkehrsmitteln und welche wichtigen Empfehlungen können Sie uns geben?

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

1.5 Produkt- und Preisgestaltung

Der Nationalpark überlegt, auch spezielle Gruppenführungen für Menschen mit Behinderung anzubieten. Würden Sie dies befürworten bzw. gibt es aus ihrer Sicht diesbezüglich eine Nachfrage? Wenn ja: Worauf sollte man bei der Organisation der An- und Abreise mit Öffentlichem Verkehr für Menschen mit Behinderung achten?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung von organisatorischen Handlungsempfehlungen bezüglich der An- und Abreise im Rahmen von speziellen Gruppenführungen.

Zu beachten:

- Sollte der/die InterviewpartnerIn eine Behinderung haben, dann könnte es als Diskriminierung aufgefasst werden, dass überhaupt darüber nachgedacht wird, "Extraführungen" anzubieten.

Die Nationalparkverwaltung möchte natürlich auch „integrative Gruppenführungen“ anbieten. Inwiefern muss die An- und Abreise mit Öffentlichem Verkehr im Rahmen von integrativen Gruppenführungen auf die unter-schiedlichen Zielgruppen abgestimmt werden und worauf sollte man bei der Organisation der An- und Abreise für Menschen mit Behinderung achten?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung von organisatorischen Handlungsempfehlungen bezüglich der An- und Abreise mit ÖV im Rahmen von integrativen Gruppenführungen.

Zu beachten:

- Vermutlich kann diese Thematik im Zuge dieser Fragestellung aus Zeitgründen nicht erschöpfend behandelt werden. Es geht hier lediglich um wichtige Aspekte.

Welche Dauer einer Führung bzw. der Angebotsnutzung (ohne Führung) empfehlen Sie im Vergleich zur Anreisezeit?

Hintergrund der Frage:

- Oft reisen TouristInnen und BesucherInnen sehr lange an, auch innerhalb Österreichs. Wie lange muss das Angebot mindestens dauern, damit sich für sie die Anreise mit ÖV gelohnt hat?
- Mögliche Antworten wären z.B. dass das Angebot mind. gleich lang wie die Anreise dauern sollte oder dass man ab einer Anreise von über 2 Stunden ein Tagesangebot vorfinden sollte.
- Diese Frage bringt wichtige Erkenntnisse für das Marketingkonzept.

Spielt die finanzielle Situation bei bestimmten Zielgruppen eine große Rolle in Bezug auf Kosten bzw. Nutzung von barrierefreien Freizeitangeboten bzw. Nutzung des Öffentlichen Verkehrs?

Hintergrund der Frage:

- Erlangung von wichtigen Erkenntnissen für die Preispolitik des Nationalparks im Rahmen von barrierefreien Besucher-Innenangeboten in Kombination mit Öffentlichem Verkehr.
- Leitet indirekt zur nächsten Frage über.

Zu beachten:

- Sollte der/die InterviewpartnerIn eine Behinderung haben, dann sollte diese Frage sensibel gestellt werden, da es auch als Diskriminierung verstanden werden kann.
- Möglich wären z.B. folgenden Antworten: da es im Verband vermehrt Personen gibt, die in betreuten Wohnanlagen wohnen oder pflegebedürftig sind, haben diese nicht so viele finanzielle Mittel zur Verfügung.
- Natürlich gibt es auch bei Menschen mit Behinderung unterschiedliche "Schichten".
- Grundsätzlich muss aber angemerkt werden, dass es immer ums Geld geht, egal ob man eine Behinderung hat oder nicht.

Welche Formen der Eintrittspreis-Ermäßigung für Menschen mit Behinderung bzw. deren AssistentInnen erachten Sie als sinnvoll bzw. wenden Sie im Rahmen der Preispolitik Ihres Verkehrsunternehmens an?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage gibt wichtige Aufschlüsse über die Preisgestaltung.

Zu beachten:

- Mögliche Varianten: 1. Assistent gratis, Mensch mit Behinderung (MmB) zahlt voll 2. Ass. zahlt voll, MmB gratis, 3. Ass. zahlt voll, MmB zahlt ermäßigt.

Welche Teile Ihrer Dienstleistung erachten Sie in Bezug auf Barrierefreiheit als unverzichtbar?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung von wichtigen Aspekten für die Organisation der An- und Abreise mit ÖV.

Zu beachten:

- Frage kann nicht erschöpfend beantwortet werden. Es geht darum, dass der/die InterviewpartnerIn spontan einen wichtigen Aspekt nennt.

Gibt es in Ihrem Betrieb ein Qualitätsmanagement? Wenn ja, sind barrierefreie Dienstleistungen in das Qualitätsmanagement integriert und in welcher Form?

Wird das Thema „Umweltstandards/Umweltverträglichkeit“ bei der Gestaltung von barrierefreien Dienstleistungen berücksichtigt? Wenn ja, in welcher Form?

Welche Evaluierungsmethoden zur Erfolgsüberprüfung hinsichtlich des Anbietens barrierefreier Dienstleistungen setzen Sie ein?

Hintergrund der Frage:

- Ableitung von Qualitätssicherungsmaßnahmen bzw. Methoden.

1.6 Kommunikations- und Distribution: Anforderungen an die Vorabinformation und Bewerbung sowie diesbezügliche Synergien

Welche Vorabinformationen in Bezug auf Ihre Dienstleistung werden seitens der Zielgruppen benötigt und in welcher Form geben Sie diese Vorabinformationen?

Welche sonstigen Leistungen/Informationen sind im Vorfeld der Buchung oder Inanspruchnahme Ihrer Dienstleistung seitens der Zielgruppen notwendig?

Wie bzw. mittels welcher Werbemedien oder Informationskanäle informieren sich die Zielgruppen vorab über ein Freizeitangebot bzw. Reiseangebot in Kombination mit Öffentlichem Verkehr?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage ist für die Ausarbeitung des Marketingplanes für barrierefreie Nationalparkangebote essentiell; z.B. Fachzeitschriften, Verbandsmagazin, Messen, Internet.
- Mögliche Informationskanäle, welche die Zielgruppen nutzen; z.B. einschlägige Fachzeitschriften, Verbandsmagazin, spezielle Messen, diverse Websites etc.

Welche Informationskanäle und Werbemedien für die Bewerbung von barrierefreien Angeboten in Kombination mit Öffentlichem Verkehr würden Sie unbedingt der Nationalparkverwaltung empfehlen?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage stellt eine sehr wichtige Grundlage für die Ausarbeitung bzw. Ableitung eines Marketingplanes für barrierefreie BesucherInnenangebote des Nationalparks dar.
- Welche Werbemedien müssen von der Nationalparkverwaltung selbst hergestellt werden (Broschüren, Website etc.) und welche bereits bestehenden Informationskanäle (z.B. von Behindertenorganisationen etc.) können seitens des Nationalparks mitgenutzt werden.

Welche Synergien bzw. Partnerschaften – insbesondere mit Öffentlichen Verkehrsträgern – schlagen Sie für eine effiziente Bewerbung bzw. für das Anbieten von Pauschalen im

Rahmen von Ein- und/oder Mehrtagesangebote (sowohl für Individualgäste als auch für Gruppen) vor?

Hintergrund der Frage:

- Diese Frage ergibt sich direkt oder indirekt aus der Antwort der vorherigen Frage, liefert aber sehr wichtige Erkenntnisse für die weitere Erstellung des Marketingplanes.
- Es geht bei dieser Frage um das Ausloten etwaiger strategischer Werbekooperationen z.B. mit ÖV Verkehrsträgern u.a.

Welche Buchungszentralen würden sich im Zuge der Vermarktung von Pauschalangeboten anbieten? Gibt es aus Ihrer Sicht die Möglichkeit auch mit Öffentlichen Verkehrsträgern, wie zum Beispiel Ihrem, zusammenzuarbeiten bzw. strategische Partnerschaften zu bilden?

Hintergrund der Frage:

- Sollten die Angebote vor Ort durch das Reisebüro des Nationalparks abgewickelt werden, oder könnte die Vermarktung inkl. der Buchungslogistik auch ausgelagert werden? Wenn ja, wer (z.B. auch ÖV Verkehrsträger?) und in welcher Form zu welchen Rahmenbedingungen.

Welche Zielmärkte für die Vermarktung des gegenständlichen barrierefreien BesucherInnenangebotes – insbesondere in Zusammengang einer An- und Abreise mit dem Öffentlichen Verkehr – sind aus Ihrer Sicht für den Nationalpark Gesäuse kurz-, mittel- und langfristig sinnvoll bzw. realistisch?

Hintergrund der Frage:

- Auch diese sehr wichtige Frage ergibt sich direkt oder indirekt aus der Beantwortung der vorherigen Frage.
- Wo liegen – realistisch betrachtet – die kurzfristigen, mittel- und langfristigen Zielmärkte?
- Ein Zielmarkt kann aber nicht nur geografisch gesehen werden, sondern kann durchaus auch zum Beispiel ein Behindertenverband etc. sein.

Welche Werbebotschaften fallen Ihnen spontan für barrierefreie Besucher-Innenangebote im Nationalpark Gesäuse ein?

Hintergrund der Frage:

- Zum Beispiel: Die Kombination „schroffes Hochgebirge Gesäuse“ mit „Barrierefreiheit“ könnte der USP (unique selling point) sein.
- Ableitung von Werbeslogans im Rahmen der noch zu erarbeitenden Werbe- bzw. Marketingstrategie.

Zu beachten:

- Nur spontane Antworten, da ansonsten bei dieser Frage zu viel Zeit verloren gehen würde.

Welche positiven oder negativen Erfahrungen haben Sie mit gut oder schlecht geschultem Personal im Bereich barrierefreier Dienstleistungen im Öffentlichen Verkehr gemacht?

Hintergrund der Frage:

- Z.B. ob es diskriminierendes Auftreten gab, ob Ängste bestehen, Berührungsängste, Unsicherheit, Unverständnis etc.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

1.7 Die barrierefreien BesucherInnenangebote des Nationalparks im regionalen Kontext

Neben den geplanten barrierefreien Angeboten lt. Grundkonzept gibt es in der umliegenden Tourismusregion noch einige rollstuhlgerechte Spazierwege sowie das barrierefreie Museum im Benediktinerstift Admont. Auf wie viele Tage sollte ein all. inkl. Spezialpackage für Menschen mit Behinderung (sowohl Individualgäste als auch Gruppen) unter Berücksichtigung des vorhandenen ÖV Angebotes maximal ausgelegt sein und welche Angebote sollten in Pauschalen zusätzlich eingebunden werden?

Hintergrund der Frage:

- Da das barrierefreie BesucherInnenangebot in der Region (inkl. dem Angebot des Nationalparks) derzeit begrenzt ist, wird die Länge des Urlaubes eher beschränkt sein. Es wäre interessant auszuloten, ob barrierefreie BesucherInnenangebote in der weiteren Umgebung (z.B. in Bad Aussee, Dachstein etc.) doch zu einem längeren Verbleiben in der Nationalparkregion Gesäuse animieren. Dies ist natürlich auch eine Frage der Mobilität, bzw. der Bereitschaft längere Tagesfahrten in Kauf zu nehmen.

Da es in der umliegenden Tourismusregion bislang nur begrenzte Bettenkapazitäten für Menschen mit Behinderung bzw. RollstuhlfahrerInnen gibt, wäre ein Ausweichen auf Quartiere auch außerhalb der Tourismusregion im Zuge des Anbietens von all. inkl. Pauschalen notwendig (z.B. Windisch-garsten u.a.). Wie wichtig sind den Zielgruppen barrierefreie Beherbergungsbetriebe unmittelbar in der Region im Umfeld des Nationalparks bzw. wie lange sollte die Fahrzeit mit ÖV Verkehrsträgern zwischen dem Beherbergungsbetrieb und dem gegenständlichen Angebot im Nationalpark im Zuge von Mehrtagespauschalen maximal dauern?

Hintergrund der Frage:

- Mangels verfügbarer barrierefreier Bettenkapazitäten in der Nationalparkregion Gesäuse könnte ja auch eine Kooperation mit einer etwas weiter entfernten Destination oder Hotel eingegangen werden (z.B. Bad Aussee, Windischgarsten etc.). Dies würde bedeuten, dass die Menschen mit Behinderung eben dort nächtigen und das Angebot des Nationalparks Gesäuse mittels eines oder mehrerer Tagesausflüge in Anspruch nehmen.

Zu beachten:

- Mittel- oder langfristiges Ziel des Nationalparks Gesäuse ist selbstverständlich, dass auch in der Gesäuseregion die entsprechenden Bettenkapazitäten Schritt für Schritt geschaffen werden.

Wie sehen Sie die Möglichkeit, Mehrtagespauschalen in Verbindung mit Öffentlichem Verkehr für Menschen mit Behinderung (sowohl Individualgäste als auch Gruppen) in Kooperation mit weiter entfernt liegenden Destinationen anzubieten (z.B. Kultur in Linz oder Graz gemeinsam mit Naturangebot im Nationalpark etc.)?

Hintergrund der Frage:

- Ähnliche Fragestellung wie bei vorheriger Frage.
- Allerdings sind unter dieser Frage Kurzreisen über mehrere –teilweise konträre – Destinationen gemeint, bei denen Angebot des Nationalparks lediglich einen „Baustein" darstellt. (z.B. Reise von Wien, über Linz (tw. sogar mit Schiff – Besuch einer kulturellen Veranstaltung in Linz – Übernachtung in Linz – Weiterfahrt ins Gesäuse mit Nationalpark und Stift – Heimfahrt)
- Diese Frage liefert weitere Ideen für die Produktgestaltung.

In welchem Ausmaß sollten zusätzliche barrierefreie Angebote in der Region vorhanden sein (also zusätzlich zum gegenständlichen Angebot im Nationalpark), um sich „barrierefreie Urlaubsdestination" nennen zu können?

Hintergrund der Frage:

- Auslotung der Meinung über das barrierefreie Gesamtangebot im nationalen und internationalen Vergleich.
- Diese Frage liefert wichtige Aspekte für die Konzeption der grundsätzlichen Marketingstrategie bzw. Marketingbotschaften.

Beschreiben Sie in einigen kurzen Worten das aus Ihrer Sicht perfekte und innovative Dreitagespackage im Nationalpark bzw. der Nationalparkregion Gesäuse in Verbindung mit Öffentlichem Verkehr

Hintergrund der Frage

- Aufbauend auf die vorhin gestellten Fragen bzw. Anregungen, sollte seitens des/der InterviewpartnerIn ein kreativer Vorschlag für ein Pauschalangebot in einigen kurzen Worten dargestellt werden.
- Diese Frage liefert weitere Ideen für die Produktgestaltung.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

1.8 Förderungen

Können Sie Auskunft oder Informationen über Fördermöglichkeiten für die Errichtung oder laufenden Betrieb von barrierefreien Tourismus- oder Freizeitangeboten bzw. der Nutzung des Öffentlichen Verkehrs geben?

Hintergrund der Frage

- Dieses Thema ist essentieller Bestandteil der Preispolitik im Rahmen von barrierefreien BesucherInnenangebote des Nationalparks Gesäuse.

1.9 Allgemeine Fragen, Stimmungsbild

Wie schätzen Sie das vorhandene bzw. geplante barrierefreie Besucher-Innenangebot (lt. Grundkonzept) im Nationalpark Gesäuse im Vergleich zu nationalen und internationalen Angeboten ein und wie sollte dieses aus ihrer Sicht – auch im Hinblick der verstärkten Nutzung des besehenden ÖV Angebotes – weiterentwickelt werden?

Hintergrund der Frage

- Ableitung der touristischen Potentiale barrierefreier Besucher-Innenangebote.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

Was wäre Ihre Vision hinsichtlich der Rolle des Nationalparks Gesäuse in Bezug zu Barrierefreiheit bzw. barrierefreiem Tourismus – insbesondere auch im Hinblick der verstärkten Nutzung des bestehenden ÖV Angebotes?

Hintergrund der Frage

- Ableitung einer oder mehrerer Visionen betreffend „Barrierefreie BesucherInnenangebote“ im Nationalpark Gesäuse bzw. „Tourismus für Alle“ in der gesamten Nationalparkregion.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur die wesentlichsten Beispiele genannt werden können.

Nennen Sie ein Beispiel einer positiven, und ein Beispiel einer negativen Erfahrung hinsichtlich Bewerbung, oder Zufriedenheit, oder Buchung, oder Besucherservice im Hinblick auf barrierefreie Freizeitangebot in Kombination mit Öffentlichem Verkehr

Hintergrund der Frage

- Ableitung von sehr wichtigen Handlungsempfehlungen.

Zu beachten:

- Die Beantwortung sollte spontan erfolgen, damit – aus Zeitgründen – nur zwei wesentliche Aspekte genannt werden können.

1.10 Nachbesprechung

- Nach Literatur oder relevanten Websites nachfragen.
- Nachfragen, ob der/die InterviewpartnerIn über den weiteren Projektfortschritt im Nationalpark Gesäuse informiert werden möchte.
- Nachfragen nach weiteren „good practise Beispielen“ oder weiteren „ExpertenInnen“ aus dem Bereich „barrierefreie Freizeitangebote“.

E Interviewzusammenfassung

1 Auswertung der leitfadenunterstützten ExpertInneninterviews

1.1 Anforderungen an die Infrastruktur im Projektgebiet

1.1.1 Maßnahmen am Rauchbodenweg

- Keine weiteren WCs am Rauchbodenweg *(9 Vorschläge)*
- Errichtung eines halboffenen Unterstandes (Tische für ca. 7-8 Personen mit
- Rollstühlen unterfahrbar) am Rauchbodenweg *(8 Vorschläge)*
- Errichtung von mehreren Unterständen mit Sitzbänken (*7 Vorschläge*)
- Optische und auditive Infos entlang Rauchbodenweg geben (*6 Vorschläge*)
- Errichtung eines Leitsystems (Führungsseile) für blinde und sehbehinderte Menschen *(4 Vorschläge)*
- Errichtung von auditiven und optischen Informationen entlang des Rauchbodenweges (z.B. Beschreibung der wichtigsten Baumarten; jede Sinnesbehinderung sollte angesprochen werden; Farben, Gerüche und Klänge können alle Sinne anregen) (4 Vorschläge)
- Wegbeschaffenheit muss passen (4 Vorschläge)
- Errichtung eines WCs in der Mitte des Rauchbodenweges (4 Vorschläge)
- Es ist ein Unterschied, ob ein sportlicher Handrollstuhlfahrer das Angebot nutzt oder aber ein weniger sportlicher Rollstuhlfahrer, der z.B. auf den SWISS•TRAC angewiesen ist.
- Ausreichende Aufstellung von Müllcontainern (3 Vorschläge)
- Ausreichend Sitzgelegenheiten am Rauchbodenweg (2 Vorschläge)
- Errichtung von Erlebnisstationen am Rauchbodenweg (insbesondere für Kinder) (*2 Vorschläge*)
- Schaffung einer taktilen Leitlinie am Rauchbodenweg (*2 Vorschläge*)
- Errichtung einer „Sinnesinsel“ entlang des Rauchbodenweges (*2 Vorschläge*)
- Errichtung von 2 WCs entlang des Rauchbodenweges
- Errichtung von barrierefreien WCs entlang des Rauchbodenweges
- Errichtung eines Rastplatzes (ohne großen infrastrukturellen Aufwand) am Rauchbodenweg
- Falls die Unterstände mit Lautsprechern ausgestaltet werden, sollten Induktionsanlagen installiert werden
- Der Unterstand soll nicht abschüssig liegen
- Je mehr Unterstände desto besser

- Handläufe sollen zu den Sitzmöglichkeiten führen
- Errichtung eines rollstuhlgerechten WCs in der Mitte des Rauchbodenweges und Errichtung von je eines WCs zwischen Anfang und Mitte sowie zwischen Mitte und Ende des Rauchbodenweges
- Die Unterstände am Rauchbodenweg sollten bei den WCs errichtet werden
- Wenn es entlang des Rauchbodenweges kein WC gibt, dann bitte den Hinweis geben „nächstes WC in x km“
- Errichtung einer Informationstafel am Beginn des Rauchbodenweges (Informationen über Wegbeschaffenheit, Länge des Weges, WCs, Hindernisse, besondere Gefahren, Notrufhinweise)
- Stolperfallen sollen vermieden werden
- Errichtung von Geländern bei Brücken und sonstigen abschüssigen Stellen
- Querung der Eisenbahnanlage beim Rauchbodenweg zu teuer
- Nicht zu viele Erlebnisstationen entlang des Rauchbodenweges
- Errichtung eines WCs in Kombination mit einem Unterstand
- Der Rauchbodenweg sollte möglichst unverbaut bleiben (Natur erleben – Erlebnischarakter)
- Keine Schautafeln am Rauchbodenweg errichten
- Errichtung von 2 überdachten Rastplätzen mit unterfahrbaren Tischen
- Rauchbodenweg mit 4,5 km zu lang für Führungen
- Trinkgelegenheiten entlang des Weges errichten
- RollstuhlfahrerInnen bei den Planungen am Rauchbodenweg miteinbeziehen
- Befestigten Stichweg zu einem Gewässer (Bach oder Fluss) errichten
- Kleine Elektroautos für gehschwache Personen anschaffen
- Verleih von Rollstühlen + SWISS•TRACs im Rahmen eines Packages andenken
- Eine Station mit Infos über die Gegebenheiten vor Ort in Anlehnung an die „Sprechende Buche“ errichten
- Audioinfo geben
- Höhenverstellbare Fernrohre an Aussichtspunken anbringen
- Schaffung eines Zuganges zum Wasser (Enns)

1.1.2 Maßnahmen an der Bundesstraße

- Errichtung einer akustischen Ampelanlage an der Bundesstraße (5 Vorschläge)
- Errichtung von barrierefreien Parkplätzen (3 Vorschläge)
- Herstellung eines rollstuhlgerechten Parkplatzes (2 Vorschläge)
- Errichtung einer Vorsignalampel an der Bundesstraße (2 Vorschläge)

- Errichtung von Hinweistafeln an der Bundesstraße (besonders gefährlich, dargestellter Rollstuhl) (2 Vorschläge)
- Errichtung einer Ampelanlage, die per Knopfdruck ausgelöst werden kann, an der Bundesstraße (2 Vorschläge)
- Errichtung eines orangen Blinklichtes
- Errichtung einer Ampelanlage an der Bundesstraße
- Herstellung eines Steges über die Bundesstraße
- Herstellung eines Steges über die Bundesstraße mit Lift
- Errichtung einer Über- oder Unterführung
- Keine Abschrägungen an den Straßenrändern, sondern Abstufungen
- Hinweistafel mit Telefonnummer am Parkplatz, damit Personal des Nationalparks notfalls zur Hilfe gerufen werden kann
- Vermeidung von Bordsteinkanten
- Herstellung eines Schutzweges reicht aus
- Errichtung eines Zebrastreifens

1.1.3 Generelle Maßnahmen im Nationalpark

- Errichtung möglichst vieler WCs im Nationalpark (5 Vorschläge)
- Aufstellen von Reliefkarten zum Ertasten (5 Vorschläge)
- Tafeln mit Brailleschrift ausführen
- Aufstellen von Tastmodell(en) (3 Vorschläge)
- Einfache Sprache auf Schautafeln verwenden, aber nicht zu einfach (sonst fühlen sich Gehörlose nicht respektiert) (2 Vorschläge)
- Hochseilelemente errichten (2 Vorschläge)
- Einhaltung der einschlägigen ÖNORMEN (z.B. B 1603) (2 Vorschläge)
- Informationstafeln müssen für Rollstuhlfahrer unterfahrbar sein (damit sie näher an die Tafeln herankommen) (2 Vorschläge)
- Alle WCs sollten barrierefrei ausgestaltet werden (2 Vorschläge)
- Die Wege sollen flach und asphaltiert sein (2 Vorschläge)
- Ausreichend Trinkwasser zur Verfügung stellen, Trinkbrunnen aufstellen (2 Vorschläge)
- Macadambelag auf Wegen aufbringen (2 Vorschläge)
- Rampen bauen (2 Vorschläge)
- Stiegen bewältigbar machen (2 Vorschläge)
- Geländer in entsprechender Höhe anbringen (2 Vorschläge)
- Barrierefreie Parkplätze unbedingt größer als in der ÖNORM vorgegeben
- anlegen, da ein/e RollstuhlfahrerIn Platz beim Ein- und Aussteigen und

- Rangieren braucht (2 Vorschläge)
- BesucherInnen über Emotionen ansprechen, egal, ob Menschen mit oder ohne Behinderungen (2 Vorschläge)
- Errichtung einer Picknickstelle mit Stromanschluss
- Anschluss für einen Wasserschlauch zum Abspritzen der SWISS•TRACs
- Es sollten keine speziellen WCs für Rollstuhlfahrer gebaut werden, sondern alle WCs sollten so ausgestaltet sein, dass sie auch von Rollstuhlfahrern benutzt werden können (Mehrfachnutzen, z.B. auch für ältere Leute)
- Barrierefreies WC mit Wickeltisch einrichten
- Die Sitzmöglichkeiten sollen für besonders beleibte Menschen ausgerichtet sein
- Sitzmöglichkeiten sollen Armlehnen haben
- Ausgestaltung von Glaskonstruktionen mit kontrastreichen Streifen (für stark sehbehinderte Menschen)
- Bereitstellung einer abgeschirmten Liege (beim Weidendom oder in Gstatterboden) um Kinder oder Jugendliche kathetern zu können
- Beschriftungen für sehbehinderte Menschen in schwarz auf gelb ausführen
- In geschlossenen Räumen sollen Akustikdecken eingezogen werden
- Errichtung eines barrierefreien Hotels vor Ort (mit spezieller Gastronomie hinsichtlich Unverträglichkeiten, Arzt und Apotheke sollte integriert sein)
- Errichtung von Hinweistafeln mit den wichtigsten Telefonnummern (Nationalpark, Apotheke, Post, ÖAMTC etc.)
- Beschriftungen in Braille- und Großschrift ausführen
- Ausreichend Waschmöglichkeiten zur Verfügung stellen (RollstuhlfahrerInnen bekommen rasch schmutzige Hände)
- Befestigung des Schotterbereiches beim Weidendom
- Errichtung von Leitsystemen, die kommunikative Barrieren verhindern (z.B. wie beim BFI Graz und in der Augenklinik Graz)
- Vor Festlegung von Infrastrukturmaßnahmen sollen Begehungen mit ExpertInnen durchgeführt werden
- Es sollten Infobojen errichtet werden, wo man akustisch und taktil Informationen abholen kann
- Errichtung möglichst vieler Sitzmöglichkeiten
- An den Ausgangspunkten sollen Informationsstände errichtet werden
- Errichtung von Infopoints an markanten Stellen des Nationalparks (eventuell mit Gebärdensprachenvideos)
- Kinderspielplätze beim Weidendom und Nationalpark Pavillon errichten
- Gastronomie in der Region auch ins Boot holen
- Schotterwege sind problematisch

- Schotterwege jährlich walzen
- Infos sollten alle Sinne ansprechen

1.1.4 Maßnahmen im Umfeld des Nationalparks

- Quartiere müssen barrierefrei sein (13 Vorschläge)
- Infrastruktur muss barrierefrei sein (Geschäfte, Post, Banken, Friseur, Sportmöglichkeiten, Gasthäuser) (12 Vorschläge)
- Rollstuhlgerechte Ausgestaltung der Gastronomie in der unmittelbaren Umgebung des Nationalparks (9 Vorschläge)
- Gewährleistung der Nahversorgung (Lebensmittel) in der unmittelbaren Nähe des Nationalparks (2 Vorschläge)
- Aktives Bemühen des Nationalparks um barrierefreie Angebote im Umfeld und Durchführung von diesbezüglichen Überprüfungen

1.1.5 Maßnahmen zur Gewährleistung von Notrufmöglichkeiten

- Notrufmöglichkeiten sind nicht notwendig (4 Vorschläge)
- Gewährleistung eines guten Empfanges für Mobiltelefone (3 Vorschläge)
- Notrufmöglichkeiten nach dem 2-Sinne-Prinzip (alles was man nicht hören kann, muss man sehen können – und umgekehrt) (2 Vorschläge)
- Integration eines Notrufsystems in den XEIS Guide (2 Vorschläge)
- Notrufnummern sollten gut sichtbar angebracht werden
- In den WCs sollen Notrufmöglichkeiten vorhanden sein
- Notrufmöglichkeiten sollen auch induktiv vorhanden sein
- Notrufsäulen sollen mit Display errichtet werden (für gehörlose Menschen)
- Bei den Raststationen sollen „Meetingpoints“ gemacht werden

1.2 Produkt- und Preisgestaltung

1.2.1 Generelle Produktgestaltung im Nationalpark

- An- und Abreise bei Eintagesangeboten nicht länger als 2 Stunden *(4 Vorschläge)*
- „Leichter Lesen-Versionen“ anbieten bzw. einfache Texte verwenden *(4 Vorschläge)*
- Angebote für psychisch kranke Personen entwickeln *(2 Vorschläge)*
- Rafting anbieten *(2 Vorschläge)*
- Zugänglichkeit für alle sicherstellen (*2 Vorschläge)*
- Erlebnispädagogische Spiele anbieten
- Stationen sollten „multisensorisch“ angelegt sein

- Schlittenhundefahrten sollen angeboten werden
- Schlechtwetterprogramme sollen ausgearbeitet werden
- Angebot des Nationalparks als Raststation für durchfahrende UrlauberInnen
- Das barrierefreie Tourismusangebot im Nationalpark Gesäuse und im Umfeld soll einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess unterworfen werden
- Möglichkeit zur direkten Einbuchung von Hotels etc. im Nationalpark
- Neben den Aktivitäten im Gelände sollte ausreichend Zeit für Erholung sein
- Angebot eines speziellen Adventurlaubes
- Angebot mit Tieren als Ergänzung
- Angebote für herzkranke Menschen entwickeln
- Angebote zur Steigerung des Selbstwertgefühles und der Teamfähigkeit entwickeln
- Es sollen vermehrt Gruppenangebote erarbeitet werden
- Wellnessangebote sollten mit dem Naturangebot kombiniert werden
- PensionistInnen als Zielgruppe mit großem Potential ansprechen
- Angebotsnutzung: 3-5 Stunden
- Picknicken sollte im Rahmen von Führungen oder Pauschalangeboten integriert werden
- Mehrtagespauschalen an verlängerten Wochenende würden sich anbieten
- 7 Behindertengruppen in Salzburg:
    - Menschen mit Mobilitätseinschränkung
    - RollstuhlfahrerInnen
    - Sehbeeinträchtigte
    - Blinde
    - Hörbeeinträchtige
    - Taube
    - Kognitiv beeinträchtige Menschen
- Anforderungen an diese 7 Gruppen sind sehr unterschiedlich.

1.2.2 Produktgestaltung für hörbehinderte Menschen

- Einsatz von Gebärdensprachenvideos im Zuge der Verwendung des „XEIS Guides“ *(18 Vorschläge)*
- Kostenlose Zurverfügungstellung von Gebärdensprachendolmetscher-Innen *(12 Vorschläge)*
- Verrechnung der Kosten für GebärdensprachendolmetscherInnen an die betroffenen Gruppen *(5 Vorschläge)*

- Kosten für Gebärdensprachedolmetscher gerechtfertigt => u.a. der Aspekt „was nichts kostet, ist nichts wert“ (*4 Vorschläge*)
- Anregung: monatlich eine Führung z.B. jeden ersten Donnerstag mit Gebärdendolmetscher kostenlos anbieten und ankündigen, alle weiteren Führungen mit Gebärdendolmetscher verrechnen (*3 Vorschläge*)
- Kosten für Gebärdensprachedolmetscher in den Eintritt einkalkulieren (*2 Vorschläge*)
- Ausbildung von Rangern zu Gebärdensprachendolmetschern
- Abklärung, ob der Verzicht auf GebärdensprachendolmetscherInnen mit dem Bundes-Behindertengleichstellungsgesetz zu vereinbaren ist
- Unterkünfte sollten Mindesterfordernisse für schwerhörige Menschen aufweisen (spezielle Wecker und Telefone, Fernseher mit Teletext, visuelle Alarmeinrichtungen)
- Akustische Angebote sollen auch induktiv angeboten werden (z.B. die „sprechende Buche“)
- Kein Einsatz von Gebärdensprachenvideos (zu teuer)
- Textliche Beschreibung auf „XEIS Guide“ ausreichend
- KWP (Kuratorium für Wiener PensionistInnenwohnheime) hat eigene
- GebärdensprachendolmetscherInnen
- Seitens der betroffenen Zielgruppe wird nicht erwartet, dass GebärdensprachedometscherIn vom Veranstalter bereitgestellt wird.
- Betroffene kommen mit BetreuerInnen.
- Ausstattung der Ranger mit mobilen, induktiven Höranlagen
- Der Einsatz von Gebärdensprachenvideos im Zuge der Verwendung der „XEIS Guides“ wäre zu begrüßen. Es stellt sich die Frage, ob man die Videos mehrsprachig programmieren könnte (es gibt keine international einheitliche Gebärdensprache, sondern jede Sprache verfügt über ihre eigene Gebärdensprache).
- Eine Gebärdensprachenübersetzung in eine andere Sprache (z.B. ungarisch etc.) ist sehr schwer bewerkstelligbar und teuer. Die Frage stellt sich auch, ob mehrsprachige Videos die Speicherkapazität der Geräte nicht übersteigen.
- Organisation eines Gebärdensprachendolmetschers: Die Frage stellt sich, ob überhaupt Dolmetscher kurzfristig organisiert werden könnten. Seitens der Betroffenen wäre es begrüßenswert, wenn der NP Gesäuse die Dolmetscher organisieren könnte.
- Die Frage stellt sich allerdings, ob dieser Dolmetscher überhaupt eine vernünftige Auslastung erfährt.

1.2.3 Gestaltung von Führungen

- Durchführung von integrativen Führungen (10 Vorschläge)

- Es sollen spezielle Führungen angeboten werden (7 Vorschläge)
- Keine Durchführung von speziellen Führungen (kann stigmatisierend sein) (6 Vorschläge)
- „Spezielle“ als auch „integrative“ Führungen anbieten (6 Vorschläge)
- Die Gruppengrößen bei Führungen, an denen behinderte Menschen teilnehmen, sollte 10 Personen nicht übersteigen (5 Vorschläge)
- Dauer der Führung sollte ca. 1 Stunde sein (5 Vorschläge)
- Führer integrativer Gruppenführungen müssen speziell pädagogisch ausgebildet sein (es muss auf die jeweiligen Zielgruppen jeweils speziell eingegangen werden) (4 Vorschläge)
- Führungen sollen bei langer Anreise nicht länger als 2 Stunden dauern (3 Vorschläge)
- Spezialführungen für Menschen mit Lernbehinderung (3 Vorschläge)
- Das Angebot sollte mindestens solange dauern wie die Anreise (3 Vorschläge)
- „Spezielle Führungen“ nur bei Gruppe, die gemeinsam anreisen (z.B. Lebenshilfe) denkbar (3 Vorschläge)
- Ranger sollten Sensibilisierungsworkshops machen (3 Vorschläge)
- Führungen sollen grundsätzlich kurz gehalten werden (Menschen mit Behinderungen ermüden in der Regel schneller) *(2 Vorschläge)*
- Bei integrativen Führungen sollen auch Menschen ohne Behinderung vorher entsprechend über die Art der Führung informiert werden *(2 Vorschläge)*
- Führung und Gesamtprogramm sollen bei zweistündiger Anreise mindestens 3 bis 4 Stunden dauern (*2 Vorschläge*)
- Ranger sollten so sensibilisiert sein, dass sie auch mit Situationen umgehen können, wie z.B. wenn sich ein/e BesucherIn bei der Führung „ausgeschlossen“ fühlt (*2 Vorschläge*)
- Dauer der Führung max. 30 Minuten (*2 Vorschläge*)
- Dauer der Führung hängt von Attraktivität des Angebots ab (*2 Vorschläge*)
- Dauer der Führung sollte max. 3 Stunden sein
- Bei „integrativen Führungen“ müssen Grenzen klar aufgezeigt werden (z.B. bei Kindern mit Lernschwierigkeiten „bitte greif mich nicht an“, wenn die Person nicht angegriffen werden möchte)
- „Spezielle Führungen“ als Zusatz, da sie mehr Service bieten, anbieten
- Keine Durchführung von integrativen Führungen
- Kein Angebot von gemeinsamen Führungen von Gruppen, die sich gegenseitig ausschließen (z.B. blinde und gehörlose Menschen)
- Ausbildung eines(r) Rollstuhlfahrer(s)In als Ranger und Anstellung im Nationalpark für Führungen
- Spezielle Führungen nur im Zuge eines Rahmenprogrammes

- Bei integrativen Führungen soll das notwendige technische Equipment für alle
- betroffenen Zielgruppen angeboten werden (*2 Vorschläge*)
- Erarbeitung von Angeboten für Sonderschulen
- Spezialführungen für blinde Menschen
- Sensibles Vorgehen bei Führungen („vorsichtiges" Fragen nach individuellen Bedürfnissen)
- Bei Führungen sollen alle Sinne angesprochen werden
- Führungen sollen nicht länger als 30 bis 45 Minuten dauern
- Die Gruppengröße bei Führungen ist abhängig vom Grad der Behinderung der TeilnehmerInnen (integrative Gruppen können größer sein)
- Zum Thema „Spezialführungen versus Integrative Führungen": Herr Dr. Lassnig findet beide Varianten gut.
- Bei Menschen mit Behinderungen kommt es sehr gut an, wenn es technisch ermöglicht wird, dass sie sozusagen am „Standardprogramm" teilnehmen können.
- Menschen mit Behinderungen wollen nicht behandelt werden wie im „Ghetto".
- Bei schwerer behinderten Menschen sind integrative Führungen oft logistisch bzw. technisch kaum möglich bzw. umsetzbar. In diesem Fall bieten sich eher Spezialführungen an.
- Bei integrativen Führungen kommt die psychologische Komponente – „Ich bin nicht abgestempelt aus Behinderter" – sehr positiv zum Tragen. Dies wird von den Betroffenen oft als eine Art „Freiheit" gesehen.

1.2.4 Preisgestaltung

- Finanzielle Situation spielt bei Menschen mit Behinderung eine große Rolle (Menschen mit Behinderung sind am stärksten armutsgefährdet) (12 Vorschläge)
- Die finanzielle Situation von Menschen mit Behinderung spielt hinsichtlich Kosten bzw. Nutzung der barrierefreien Freizeitangeboten keine andere Rolle als bei Menschen mit Behinderung (13 Vorschläge)
- Eintrittspreisermäßigung für Menschen mit Behinderung, freier Eintritt für deren AssistentInnen (14 Vorschläge)
- Einhebung einer Verleihgebühr für technische Hilfsmittel (10 Vorschläge)
- Keine Eintrittspreisermäßigung für Menschen mit Behinderung, freier Eintritt für deren AssistentIn (6 Vorschläge)
- Finanzielle Situation spielt keine große Rolle bei Menschen mit Behinderungen in Bezug auf Kosten (5 Vorschläge)
- Keine Einhebung einer Verleihgebühr für technische Hilfsmittel (3 Vorschläge)
- Keine Eintrittspreisermäßigung für Menschen mit Behinderungen anbieten (3 Vorschläge)
- Eintrittspreisermäßigung Menschen mit Behinderungen gewähren (2 Vorschläge)

- Eintrittspreisermäßigungen werden erwartet (2 Vorschläge)
- Eintrittspreisermäßigungen sollten gemäß der in Österreich gültigen Ermäßigungspreisliste gewährt werden
- Keine Eintrittspreisermäßigung für RollstuhlfahrerInnen
- Keine Verleihgebühr für Menschen mit Parkausweis gem. § 29b StVO
- Bei der Preisgestaltung ist darauf Rücksicht zu nehmen, dass der Nationalpark auch einen Bildungsauftrag hat
- Bestehende Ermäßigungen für Menschen mit Behinderungen sowie Gruppen beibehalten
- Eintrittspreisermäßigungen für größere Gruppen anbieten (z.B. bei 45 Personen zahlen nur 40 davon)
- Zielgruppen „Single mit Kind(ern)“ bzw. „Großeltern mit Enkelkindern“ ebenfalls in Eintrittspreisgestaltung berücksichtigen
- Das Preis-/Leistungsverhältnis muss stimmen.
- Für das Angebot im NP sollten keine Ermäßigungen angeboten werden. Es gibt ohnehin eine 50 % Ermäßigung für Menschen mit Behindertenausweis sowie für Kinder und Senioren
- Je höherpreisiger ein Angebot ist, desto besser ist dieses Angebot zumeist barrierefrei ausgestaltet. Vier- oder Fünfsternhotels sind eher barrierefrei als Dreisternhäuser etc. Dies empfinden Menschen mit einer Behinderung als sehr störend, da diese Hotelkategorie zumeist zu teuer ist.
- Menschen mit einer Behinderung möchten genauso wie Menschen ohne Behinderung auch im billigeren Hotelsegment Quartier beziehen können. Es sollten daher auch Zimmeranbieter im günstigeren Preissegment im Bereich „Barrierefreiheit“ investieren.
- Die Zahlungsbereitschaft hinsichtlich der Zimmerkategorie (Zweistern bis Fünfstern) ist bei Menschen mit einer Behinderung tendenziell eher geringer (sicher nicht höher) als bei Menschen ohne Behinderung.
- Generell: Solange das Angebot im Bereich „Barrierefreiheit“ so wie derzeit gering ist, kann man als Anbieter in diesem Segment höherpreisiger am Markt agieren.
- Im Sportsektor macht man folgende Erfahrung hinsichtlich Preisermäßigung für Menschen mit Behinderung: Infolge des erhöhten Aufwandes beim Anbieten barrierefreier Sportangebote sind Menschen mit einer Behinderung bereits sehr dankbar, wenn das Angebot gleich teuer ist als für Menschen ohne einer Behinderung (also nicht teurer aber auch nicht billiger).
- Im Sportbereich kann man aber als Anbieter barrierefreier Sportangebote ohne Preiserhöhung nur dann kostendeckend agieren, wenn das betreffende Angebot seitens der öffentlichen Hand subventioniert wird. Ansonsten müsste ein höherer Preis verlangt werden (siehe Freizeit PSO in Schladming; siehe Interview mit Frau Irene Binder).

- Zur Frage SWISS•TRAC-Verleih im Rahmen einer integrativen Führung: Die Verleihgebühr sollte im Preis inkludiert sein (nicht extra etwas verlangen für den Verleih). Diese Frage ist aber auch Grundsatzfrage.
- Hinsichtlich der Preisgestaltung für Menschen mit Behinderung bzw. Verleihgebühr von Zusatzgeräten gibt es sozusagen kein Patentrezept.
- Solange nur einige wenige Personen den SWISS•TRAC nutzen, fallen etwaige Mehrkosten kaum ins Gewicht und man kann ohne Problem die Verleihgebühr integrieren.
- Sollte aber die Nachfrage sehr groß sein, so dass man zum Beispiel eine zusätzliche Person für die Ausgabe der SWISS•TRACs benötigt, dann müsste eventuell eine andere Preisgestaltung hinsichtlich des Verleihs in Erwägung gezogen werden.

1.2.5 Schulung und Verhalten – Diskriminierung

- Unkorrekte Wortwahl ist diskriminierend (10 Vorschläge)
- Nicht aufdringliches Helfen durch das Personal des Nationalparks (Frage „Darf ich Ihnen helfen?“) (6 Vorschläge)
- Schulung des Personals der Tourismusvereine und der Infobüros (7 Vorschläge)
- Schulung des Personals im Hinblick auf alle Arten von Behinderungen und den Umgang mit den behinderten Menschen (7 Vorschläge)
- Schulung des Personals entlang der touristischen Servicekette bezüglich des richtigen Umgangs mit Menschen mit Behinderung (3 Vorschläge)
- Barrierefreiheit nicht extra unterstreichen (3 Vorschläge)
- Werbekampagne mit Betroffenen und Interessensvertretern abstimmen (3 Vorschläge)
- „political correctness“ nicht übertreiben (2 Vorschläge)
- Menschen mit Behinderung soll nicht mit Scheu begegnet werden (natürliches Verhalten) (2 Vorschläge)
- Richtiges Verhalten der Ranger bei Führungen (Einholung von Feedback nach jeder Führung zur Erreichung laufender Verbesserung)
- Bei Sprachbehinderung soll ein Block zum Schreiben angeboten werden
- Menschen mit Sprachbehinderung immer ausreden lassen (nicht die Sätze vervollständigen)
- Personal soll insbesondere dezent als „unsichtbare Hilfe“ agieren
- Menschen, die schlecht hören, nicht anschreien
- In der direkten Kommunikation mit Menschen mit Behinderung individuell vorgehen (z.B. wollen Rollstuhlfahrer nicht eine vergleichbare Kommunikation wie Menschen mit Lernbehinderung)
- Schulung des Personals im Umgang mit RollstuhlfahrerInnen

- Menschen mit Behinderung sollen mit Sympathie behandelt werden
- Wenn Menschen mit Behinderung Angebote auf Grund mangelhafter barrierefreier Ausgestaltung nicht nutzen können, liegt Diskriminierung vor
- Wenn die Bestimmungen des Bundes-Behindertengleichstellungs-gesetzes und die anzuwendenden ÖNORMEN nicht eingehalten werden, liegt Diskriminierung vor
- Freundliche Begrüßung ist sehr wichtig
- Menschen mit Behinderungen sollen nicht am „Rande einer Gesellschaft stehen"
- Das Angebot muss vom Personal wirklich „vom Herzen aus" getragen werden.
- Einfach niemanden ausschließen
- Ehrliche Auskunft in Bezug auf das Angebot geben
- Schwieriges Thema.
- Wenn „Schwer behinderte Personen" die Mehrheit stellen, dann könnte dies bei Menschen ohne Behinderung dazu führen, dass sie das Quartier zukünftig eher nicht mehr buchen.
- Zum Thema „Diskriminierung" ist es sehr wichtig, dass man als Anbieter die richtige „Wortwahl" anwendet („Menschen mit Behinderung" anstelle „behinderter Mensch" etc.).

1.2.6 Evaluierung und Qualitätsmanagement

- Evaluierung durch Fragebögen (6 Vorschläge)
- Durchführung eines Qualitätsmanagements (4 Vorschläge)
- Beachtung der Umweltstandards/Umweltverträglichkeit bei der Gestaltung von barrierefreien Angeboten (die Begriffe Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit gehören zusammen) (3 Vorschläge)
- Evaluierung durch Pressemeldungen und hohe Besucherzahlen
- Evaluierung durch mündliches Feedback
- Evaluierung in Form eines „Ausflugsberichtes"
- Individuelle Behandlung von Beschwerden
- Infoline für Anregungen und Beschwerden einrichten
- Kundenbefragungen im Bezug zur Nutzung des ÖV Angebotes sollten eingerichtet werden

1.2.7 Produktgestaltung für blinde und sehbehinderte Menschen

- Bei Führungen sollten auch ertastbare Informationen für blinde Menschen angeboten werden (7 Vorschläge)
- Informationen im Nationalpark auch in Blindenschrift (Braille-Schrift) anbieten (6 Vorschläge)

- Zurverfügungstellen von ertastbaren Wanderkarten (3 Vorschläge)
- Brailleschrift bzw. ausreichend große Schrift bei Beschriftungen (3 Vorschläge)
- Bildhafte Sprache einsetzen, um auch bei Menschen mit Sehbeeinträchtigungen bzw. Blinden ein Bild von der Gegend zu erzeugen (2 Vorschläge)
- Führungen sollten mindestens 3 Stunden dauern
- Führungen für blinde Menschen sollen nicht länger als 2 bis 3 Stunden dauern
- Selbstständige Besichtigungen (z.B. Einrichtungen in der Lettmair Au) nicht länger als 1 Stunde
- In den Quartieren sollte es tastbare Zimmernummern für blinde Menschen geben
- In den Quartieren soll ein Begleitdienst für blinde Menschen beim Frühstück angeboten werden
- Es gibt viele blinde Menschen, die nicht Brailleschrift lesen können. Ab einem gewissen Alter fangen blinde Menschen oft gar nicht an, diese schwierige Schrift zu erlernen.
- Blinde Menschen benötigen ein „technisches Leitsystem“, wenn sie am Rauchbodenweg alleine unterwegs sind. Die Frage stellt sich allerdings, ob dieses auch hundertprozentig funktioniert. Da stellt sich dann das Thema „Haftung“ im Falle eines Umfalles (falls das Leitsystem nicht funktioniert).
- Deswegen wäre es beim Rauchbodenweg besser, wenn blinde Menschen von sehenden Menschen begleitet werden.

1.2.8 Gestaltung der „XEIS Guides“ bzw. von gleichartigen Guides

- „XEIS Guides“ anbieten (8 Vorschläge)
- „XEIS Guide“ mit tastbaren Großbuchstaben anbieten
- Zumindest akustische Info sollte am „XEIS Guide“ vorhanden sein
- „XEIS Guides“ sollen auch akustisch genutzt werden können
- „XEIS Guide“ auch für sehbehinderte und gehörlose Menschen adaptieren
- Gebärdensprachevideos auf „XEIS Guide“ spielen, wenn dies technisch möglich ist
- Die „XEIS Guides“ sollen so ausgestaltet werden, dass die Führerin in ein Mikrofon spricht und das Gesprochene über die „XEIS Guides“ gehört werden kann
- Es könnte ein Gerät namens „Milestone“, von dem man gewisse Informationen ablesen kann, genutzt werden
- Es gibt Guides, die wie eine Armbanduhr getragen werden
- „XEIS Guides“ mehrsprachig programmieren
- Die Errichtung von auditiven bzw. optischen Informationen entlang des Rauchbodenwegs ist grundsätzlich zu befürworten.
- Generell: Klassische Lehrpfade sind nicht mehr nachgefragt.

- Derzeit starker Boom bei „Themenwegen“. Je spektakulärer der Themenweg aufgebaut ist, desto interessanter ist dieser für Gäste.
- Im Falle von „XEIS Guides“: Entscheidend ist Balance zwischen der Vermittlung von Wissen – ohne dass der Besucher von Information sozusagen „erschlagen wird“. Im Vordergrund sollte trotzdem die Natur am Wanderweg stehen.
- Die Informationen, welche man durch die Geräte bekommt, sollen nicht zu dicht sein, damit man als Wanderer nicht abgelenkt wird von den Schönheiten der Natur entlang des Weges.
- Menschen mit Sehbeeinträchtigungen oder blinde Menschen kann man durch dieses Medium viele tolle Informationen mitgeben (Audioinformation). Der Erlebnisgehalt für diese Zielgruppe kann durch solche Geräte enorm gesteigert werden.
- Taube oder hörbeeinträchtige Personen kann man ebenfalls mittels dieser Medien mehr Informationen geben (visuelle Ausgabe an den Geräten).
- Smartphones (iPhone) sind derzeit sehr im Trend und nachgefragt. Durch Smartphones würde man sich als Anbieter das Verleihen ersparen. Der Gast programmiert sich bereits zu Hause mittels Internet sein Smartphone.
- Das Produkt vom NP Gesäuse („XEIS Guide“) hätte dagegen den Vorteil, dass dieses einerseits individuell programmierbar wäre und andererseits die Geräte auch über größere Displays verfügen.
- Tipps für Programmierung der „XEIS Guides“: „Weniger ist mehr“. Die Menüführung darf nicht zu komplex sein und generell darf nicht zuviel Information in den Guides enthalten sein.
- Audioausgabe kommt grundsätzlich gut an.
- Ideal wäre es, wenn der/die BenutzerIn auswählen könnte, welche Art der Ausgabe (Audio, oder eher textlastig, oder eher bildlastig etc.) er/sie bevorzugt (also den Schwerpunkt der Informationsausgabe festlegen kann).
- Andere Auswahlmöglichkeit hinsichtlich der Fülle an Informationen bei den „XEIS Guides“:
    - ExpertInnenmodus
    - Amateurmodus (enthält weniger Infos als bei ExpertInnenmodus)

1.3 SWISS•TRAC relevante Fragen

1.3.1 Ankauf und Infrastruktur für SWISS•TRACs

- kein Anbieten von Leihrollstühlen bei Verwendung der SWISS•TRACs, weil Leihrollstühle nicht gerne angenommen werden (2 Vorschläge)
- Ankauf von wenigen SWISS•TRACs
- Ankauf von 1 – 2 robusten, nicht faltbaren und geländetauglichen Rollstühlen
- SWISS•TRACs sollen nicht gekauft, sondern geleast oder gemietet werden
- Errichtung von Aufladestationen für die SWISS•TRACs

- Informationen über den Standort der Aufladestationen
- Bauliche Adaptierung vorhandener Wasserspulen am Rauchbodenweg (einlassen in den Boden)
- Errichtung eines Geländers in Form eines Stahlseiles beim Überqueren von Bach-Grabenfurten
- Fa. Gesare, Liezen vertreibt günstigere Alternativen zu den SWISS•TRACs
- SWISS•TRACs können von älteren Personen kaum bedient werden
- SWISS•TRACs werden von sehr mobilen RollstuhlfahrerInnen bzw. von mobilitätseingeschränkten Personen eingesetzt
- SWISS•TRACs müssen eine Geschwindigkeitsbeschränkung haben
- SWISS•TRACs sollten nicht ausschließlich verwendet werden, sondern mit anderen Angeboten kombiniert werden (z.B. holländische Erzeugnisse)
- SWISS•TRACs benötigen adaptieren Rollstuhl (mit Kupplung)
- Ladestand der Batterie muss ausreichend sein um Strecke des Rauchbodenwegs zu bewältigen
- Einkuppeln inkl. Einschulung dauert nur wenige Minuten
- Loser Schotter macht Schwierigkeiten
- Bei größeren Steigungen vorderen Teil der SWISS•TRACs beschweren, damit sich Hinterräder nicht eingraben
- Halterung für „XEIS Guide“ an SWISS•TRACs anbringen
- Die 4,5 km des Rauchbodenwegs sind ohne SWISS•TRACs für RollstuhlfahrerInnen zu lange

1.3.2 Preisgestaltung für die Benutzung von SWISS•TRACs

- Verleihgebühr für die Verwendung von SWISS•TRACs (15 Vorschläge)
- Für SWISS•TRACs sollten nur die Unkosten eingehoben werden
- Bedachtnahme auf die Wartungskosten bei den SWISS•TRACs (Batterietausch, etc.)
- keine Verleihgebühr für die Nutzung der SWISS•TRACs (lediglich Kaution)
- Verleihgebühr für SWISS•TRACs in Eintrittspreise einkalkulieren
- Verleihgebühr bzw. Kaution auf Homepage ankündigen
- Haftungsfrage für SWISS•TRAC-Nutzung klären
- Versicherung für SWISS•TRACs abschließen

1.4 Kommunikation und Distribution: Anforderungen an die Vorausinformation und Bewerbung sowie diesbezügliche Synergien

1.4.1 Vorabinformationen für die Gäste

- Genaue Beschreibung des Geländes (Steigung, Relief, Höhenprofil, Länge des Weges, Beschaffenheit des Weges, nächster Ausgang des Weges, Sitzmöglichkeiten) zur Information im Vorfeld (27 Vorschläge)
- Information im Vorfeld über vorhandene WCs (14 Vorschläge)
- Information im Vorfeld über vorhandene Gastronomieangebote, Einkaufsmöglichkeiten (6 Vorschläge)
- Angekündigte Barrierefreiheit muss unbedingt auch gewährleistet werden (ansonsten führt das zu großen Enttäuschungen) (5 Vorschläge)
- Information im Vorfeld über die Anreiselogistik (öffentlicher Verkehr etc.) (5 Vorschläge)
- Vorabinformation über Verpflegungsmöglichkeiten (5 Vorschläge)
- eine kompetente Auskunftsperson, die per Telefon, E-Mail etc. erreichbar ist und wirklich schnell antwortet! (4 Vorschläge)
- Servicekette breit beschreiben (4 Vorschläge)
- Vorabinformation über die notwendige Bekleidung (3 Vorschläge)
- Vorabinformation über barrierefreie Parkplätze (3 Vorschläge)
- Grundinfo als Relief darstellen (3 Vorschläge)
- Auskunftsperson muss gut geschult sein!!! (2 Vorschläge)
- Auflage von Informationen über das Projektgebiet im örtlichen Tourismusbüro (2 Vorschläge)
- Vorabinformation über die Preise (2 Vorschläge)
- Vorabinformation über nächste Apotheken, Ärzte (2 Vorschläge)
- Vorabinformation über Gefahrenstellen im Nationalpark (2 Vorschläge)
- Vorabinformation über angebotene Guides bzw. techn. Hilfsmittel (2 Vorschläge)
- Vorabinformation, ob alle akustischen Angebote auch für schwerhörige
- Menschen wahrnehmbar sind (2 Vorschläge)
- Vorabinformationen über die Tagesstruktur bei Pauschalangeboten (2 Vorschläge)
- Länge der Wege in km und die Möglichkeiten, Abkürzungen zu nehmen, angeben (2 Vorschläge)
- Sonneneinstrahlung angeben
- Anzahl der Unterstände angeben
- Lage der Trinkbrunnen angeben

- Vorabinformation (eventuell Fotos auf Werbemedien) über das Personal, das die Gäste erwartet
- Realistische Gehzeiten angeben
- Präsentation eines „virtuellen Weges“ im Internet
- In Papierform mit Text und Bild(ern) geben
- Vermittlung einer Botschaft an Menschen mit Behinderung, dass der Nationalpark ihre Ängste und Sorgen ernst nimmt
- Im Vorfeld Info über Nächtigungsmöglichkeiten geben
- Jahreszeitentemperaturen (in einer Kurve angeben, für Menschen mit hohem Querschnitt der Querschnittlähmung wichtig!)
- Barrierefreie Internetseite haben
- Referenzen angeben, z.B. Leute, die das Angebot schon vorher besucht haben
- Übersichtliche Information bezüglich der Anreise mit ÖV geben. Das Infobüro in Admont ist eine Mobilitätszentrale und könnte diesbezüglich verstärkt genutzt werden (www.busbahnbim.at)
- Menschen mit Behinderungen recherchieren wesentlich genauer im Vorfeld über Internet. Das Bereitstellen von Vorabinformation ist daher sehr wichtig.
- Je mehr Information man bereit stellt, desto besser. Die Vorabinformation über die Beherbergersituation ist genauso wichtig wie die Information über das Angebot im Gelände des NP.
- Internet ist diesbezügliches ein ideales Medium.
- Es gibt aber auch Spezialzeitschriften sowie einschlägige Fachausstellungsbereiche im Rahmen von Tourismusmessen zum Thema Barrierefreiheit. Ein Stand bei der ITB in Berlin kostet mehrere tausend Euro für einige Tage.
- Eine umfangreiche Website ist dagegen kostenmäßig deutlich günstiger als die Präsentation des Angebotes bei Messen.
- Der Zusammenschluss mit anderen Leistungsträgern wäre sehr zu begrüßen.
- Werbekooperationen mit anderen barrierefreien Freizeitanbietern der Region, der Steiermark und darüber hinaus.
- Es gibt Reiseveranstalter in Niederösterreich und Süddeutschland die sogar einen barrierefreien Bus haben. Der NP Gesäuse sollte mit diesen Reiseveranstaltern ins Gespräch kommen.
- Plattform IBFT: hier sind Freizeitanbieter und Beherberger angeführt.
- Eine Kooperation mit IBFT sollte eingegangen werden.
- Wichtige wäre es aber in diesem Zusammenhang, dass die NP Region auch Busgruppen mit Menschen mit Behinderung aufnehmen kann – also ein ausreichendes barrierefreies Bettenangebot vorhanden ist.

1.4.2 Werbung und Marketing, Synergien

- Werbemaßnahmen sollen über Internet erfolgen (27 Vorschläge)
- Werbemaßnahmen sollen über die Behindertenorganisationen erfolgen (Plattformen, Blindenverbände, Lebenshilfe etc.) (24 Vorschläge)
- Ausarbeitung von Broschüren und Foldern (12 Vorschläge)
- Herstellung eines barrierefreien Auftrittes des Nationalparks im Internet (9 Vorschläge)
- „Mund zu Mund-Propaganda“ ist wichtig (9 Vorschläge)
- Werbepartnerschaft mit Steiermark Tourismus (9 Vorschläge)
- Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern (8 Vorschläge)
- Senioren sind ein großer Zielmarkt (8 Vorschläge)
- Synergien mit Hotellerie (6 Vorschläge)
- Werbemaßnahmen sollen auf die Familie abzielen (inkl. behinderte und ältere Familienmitglieder, Kinder) (5 Vorschläge)
- Werbemaßnahmen über Behindertenzeitschriften (z.B. „Der Durchblick“, „NO Handicap) (4 Vorschläge)
- Werbepartnerschaften mit auf Barrierefreiheit spezialisierten Tourismusanbietern (4 Vorschläge)
- Korrekturlesen von vom Nationalpark angebotenen Drucksorten durch die Fa. „Atempo“ in Graz (4 Vorschläge)
- Zeitungsbeilagen in Tageszeitungen (4 Verschläge)
- Zusammenarbeit mit Gastronomie (3 Vorschläge)
- Werbemaßnahmen zur Erreichung von älteren Menschen und
- Zusammenarbeit mit PensionistInnenverbänden (3 Vorschläge)
- Werbemaßnahmen und Buchung durch nationalparkeigenes Reisebüro *(3 Vorschläge)*
- Werbepartnerschaften mit Naturvereinigungen (z.B. Alpenverein) *(3 Vorschläge)*
- Strategische Partnerschaften mit allen Behindertenorganisationen *(3 Vorschläge)*
- Auf Messen ausstellen *(4 Vorschläge)*
- Werbepartnerschaft mit dem regionalen Tourismus *(3 Vorschläge)*
- Alle Werbebotschaften positiv formulieren *(2 Vorschläge)*
- Korrekte Wortwahl bei der Formulierung von Werbebotschaften (*2 Vorschläge*)
- Informationsstelle für individuelle Beratung im Hinblick auf das Angebot
- anbieten *(2 Vorschläge)*
- Anbieter von Seniorenreisen sowie Busreiseanbieter wie Blaguss oder Oberlojer (2x)

- Themenmarketing anstatt Zielgruppenmarketing (z.B. soll schöner Wanderweg in den Vordergrund gestellt werden, Informationen über das Thema Barrierefreiheit sollen hingegen über einen Link erreichbar sein) *(2 Vorschläge)*
- Zusammenarbeit mit Paketreiseveranstaltern
- Kooperation mit Steirischem Familienpass
- Radio Steiermark, Antenne Steiermark
- Mittelfristig auch die ost- bzw. südosteuropäischen Nachbarländer ansprechen
- Werbepartnerschaft mit Österreich Werbung
- Kontaktaufnahme mit Rehazentren und -kliniken
- Werbung soll nicht vordergründig auf die Zielgruppe „Barrierefreiheit“ fokussiert werden – barrierefreie Ausführung soll Qualitätsmerkmal sein
- CDs oder DVDs als Werbemittel für den Nationalpark verschenken
- Hinweis bei der Bewerbung, dass auch integrative Führungen angeboten werden (damit sich auch Menschen ohne Behinderung darauf einstellen können
- Auf der Website des Nationalparks sollte ein Routenplaner integriert sein
- Kommunikation immer geschlechterneutral halten
- Aspekt der Behinderung nicht in den Vordergrund stellen
- Ähnlich der NÖ-Card sollte eine Steiermark-Card geschaffen werden, woran sich der Nationalpark beteiligen sollte
- Durchführung von Fernsehkampagnen
- Werbung auf www.orf.at
- Werbeplakate
- Audioinformationen im Internet
- Werbepartnerschaften mit den Mitgliedsverbänden des ÖAR
- Im Standardfolder des Nationalparks sollte auch ein Mensch mit Behinderung abgebildet sein
- Werbemaßnahmen über Printmedien
- Es sollte ein Newsletter herausgegeben werden
- Als „barrierefrei“ nur dann bewerben, wenn Angebot tatsächlich für Menschen mit jedweder Behinderungsform zugänglich ist.
- Kooperation mit Firmen, die Rollstühle herstellen
- Reiseveranstalter in Ö und D anschreiben
- Infozentrum im Nationalpark Gesäuse
- Mit Beherbergungsbetrieben aus der Region direkten Vertrieb aufbauen
- Partnerschaft mit Rehakliniken und Physiotherapiezentren eingehen
- Firmen, die Menschen mit Behinderungen angestellt haben
- Ähnlich wie „Freizeit PSO Schladming“ vorgehen

- Im Heft „zweiUNDmehr“, das bei allen SPAR-Märkten steiermarkweit aufliegt, bewerben
- Freizeitfolder des Verkehrsverbundes könnte für NP ein interessantes Werbemedium sein
- Werbekooperationen mit Obersteirertakt
- Mobilitätszentrale „mobil zentral“ gibt Auskünfte in Zusammenhang mit barrierefreien BesucherInnenangebote
- In Deutschland gibt es bereits spezialisierte Reisebüros, die ÖV proaktiv in ihr Angebot integrieren
- Vereinzelt werden in Österreich organisierte Fahrten in Verbindung mit Sonderzügen angeboten.
- Verein der Eisenbahnfreunde

1.4.3 Buchungszentralen

- NP Reisebüro (6 Vorschläge)
- Reisebüros (5 Vorschläge)
- Steiermark Tourismus (2 Vorschläge)
- Keine
- Internetportale
- andere Nationalparks
- einschlägige Vertriebsplattformen
- Infozentrum im NP Gesäuse
- ITS-Billa
- Hofer-Reisen
- Vorteilsclub der Kleinen Zeitung
- Gutscheine, die in Supermärkten zu kaufen sind

1.4.4 Zielmärkte für Vermarktung

- Zielmarkt soll auf Österreich fokussiert werden (8 Vorschläge)
- Zielmärkte sollen auch außerhalb Österreichs gesucht werden (insb. Deutschland, Holland, Belgien) (7 Vorschläge)
- Zielmärkte sollen allmählich ausgebaut werden (zuerst im näheren
- Umgebungsbereich, dann Gesamtösterreich, dann Deutschland, etc.) (5 Vorschläge)
- Steiermark (4 Vorschläge)
- Wie weit beworben werden kann, ist eine Frage der Budgetmittel (2 Vorschläge)
- Steiermark und umliegende Bundesländer

- Heime und Institution in der Umgebung (z.B. betreutes Wohnen)
- Zielmärkte: Es gibt aus Sicht von Herrn Dr. Lassnig keinen „Spezialzielmarkt
- Barrierefreiheit“ für das Gesäuse. Die Zielmärkte, welche jetzt schon für das Gesäuse relevant sind, sollten auch für die Zielgruppe „Barrierefreiheit“ gelten.

1.4.5 Positive und negative Erfahrungen entlang der Servicekette

- Pos. Erfahrungen entlang der Servicekette:
  - Betriebe unbedingt immer vorher besichtigen (*2 Vorschläge*)
  - Buenos Aires oder New York: hier ist Normalität von Behinderung das Credo
  - Zuvorkommende und selbstverständliche Behandlung in Gaststätten, die schon öfter besucht wurden
- Neg. Erfahrungen entlang der Servicekette:
  - meiste Beschwerden in Bezug auf Anreise mit Bahn und Bus bzw. Flugzeug
  - lange Wartezeiten in Hotlines
  - im Zugverkehr nicht einmal zwischen größeren Städten Österreichs
  - Direktverbindungen
  - im Hotel barrierefreies Zimmer reserviert und trotzdem ein nichtbarrierefreies zugewiesen bekommen
  - kein direkter, barrierefreier Zugang vom Hotel zur Therme Blumau
  - Ausspruch Hotelpersonal: „Menschen mit Behinderungen passen nicht zum Ambiente des Hotels“
  - In „barrierefreie“ Restaurants oder Gasthöfe einkehren wollen, die aber in Wirklichkeit nicht barrierefrei sind.
  - Probleme bei Flugbuchungen bei gewünschter Rollstuhlmitnahme
  - Mehr Aufmerksamkeit für MonoschifahrerInnen in Schigebieten
  - Unsicherheit gegenüber Menschen mit Behinderungen führt bei Busfahrern zu oft falschem Verhalten. Diesbezüglich wären Schulungen hilfreich.
  - Angebotene Schulungen für Personal im Bereich ÖV wären nur teilweise angenommen

1.4.6 Empfohlene Werbebotschaften

- „Nationalpark für alle“ (6 Vorschläge)
- Das Wort „barrierefrei“ nicht verwenden, schafft Barrieren und erzeugt Bild eines „Gebrechens“ (4 Vorschläge)
- „Die Natur erleben“
- „Darf ich helfen“

- „Selbsterfahrung auch für Menschen mit Behinderung“
- „Wir bemühen uns um alle Bevölkerungsschichten“ (keinesfalls soll das Wort
- „Behinderung“ in der Werbebotschaft vorkommen)
- „Erlebnis für Alle“
- Wanderbar für Alle“
- In der Werbebotschaft soll das Wort „Barrierefreiheit“ vorkommen
- „Kommen und Wohlfühlen“
- „Design for All“
- „Touristic for all“
- „Tourismus für Alle“
- „Natur pur für Alle“
- „Erleben mit allen Sinnen“
- „Naturvermittlung barrierefrei“
- „Erholungswert, Entspannung, Natur, Ruhe, Fitness“
- SWISS•TRACs als zentrale Botschafter des Nationalparks Gesäuse
- Barrierefreies Bergerlebnis
- Nationalpark Gesäuse, ein Nationalpark auch für…[Zielgruppe]“
- „Nationalpark Gesäuse ist besonders geeignet für …[Zielgruppe]“
- „Nationalpark Gesäuse, ein Naturerlebnis für alle“
- „Naturerlebnis für alle“
- „barrierefreies Naturerlebnis“
- „Richtiges & gutes Naturerlebnis“
- „menschengerechter Nationalpark“
- Wenn etwas barrierefrei ist, kann auch damit geworben werden
- Emotionen transportieren!
- Neutralen Slogan wählen
- Als Anbieter sollte man kommunizieren, dass man barrierefrei ist, da man dadurch von Haus aus einen marketingtechnischen Vorteil hat (Zielgruppe Menschen mit Behinderung).
- Generell sollte proaktiv das Thema „Barrierefreiheit“ seitens des NP Gesäuse beworben werden.

1.5 Die barrierefreien BesucherInnenangebote des Nationalparks im regionalen Kontext

1.5.1 Pauschalangebote

- Pauschalen in Zusammenarbeit mit städtischen Destinationen anbieten (Achse Linz-Gesäuse-Graz) (10 Vorschläge)
- Zusammenarbeit mit alternativen Destinationen (Stift Admont, Pferdegestüt, Oase Berta in Bad Aussee, Grimmingtherme in Bad Mitterndorf, Dachsteinregion, Seeweg am Altausseersee, etc.) (6 Vorschläge)
- Keine Pauschalangebote in Zusammenhang mit einer städtischen Destination (6 Vorschläge)
- Mehrtagesangebote für 3 bis 7 Tage planen (5 Vorschläge)
- Mehrtagespauschalen für verlängerte Wochenenden von Donnerstag bis Freitag anbieten (5 Vorschläge)
- Bei Packages soll auch die An- und Abreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln integriert werden (4 Vorschläge)
- Mehrtagesangebote sollten erstellt werden (4 Vorschläge)
- Packages für 2-3 Tage anbieten (3 Vorschläge)
- Kurzreisen und Wochenpauschalen anbieten (3 Vorschläge)
- Tagesausflüge anbieten (2 Vorschläge)
- Kooperationen nur mit Kulturveranstaltungen in der Region (2 Vorschläge)
- Es sollen verschiedene Packages erarbeitet werden (2 Vorschläge)
- Kein Angebot an Mehrtagespauschalen (2 Vorschläge)
- Pauschalangebote sollen gemeinsam mit Behindertenverbänden erarbeitet werden (z.B. hat die Hilfsgemeinschaft der Blinden und Sehschwachen Österreichs die Zusammenarbeit angeboten) (2 Vorschläge)
- Das bestehende Erlebnisangebot der Region integrieren (2 Vorschläge)
- kann nicht pauschalisiert werden und ist stark abhängig von der jeweiligen Anreisezeit (2 Vorschläge)
- Andere Anbieter in der Region ansprechen (2 Vorschläge)
- an Paketreiseveranstalter wenden
- Dreitagespackage anbieten
- Kombinationsangebote insbesondere für Touristen aus dem Ausland erstellen
- Zweitagespackages sollen angeboten werden
- Eher Eintagesangebote erstellen
- Packages sollen auch ein Abendprogramm beinhalten
- Kooperationen mit anderen National- und Naturparks
- Kombination Kultur und Natur im Nationalpark Gesäuse für Betriebsausflüge anbieten
- Keine Sonderpackages anbieten
- Pauschalangebote sollen nicht zur Tortur werden

- Es sollten grundsätzlich mehrere Angebote (auch außerhalb des Nationalparks) kombiniert werden
- Buchungen dürfen nicht kompliziert sein
- Zusammenarbeit mit Railtours, ÖBB, hinsichtlich Pauschalangebote
- Die Angebote rund um die Seen, die Tradition sowie die Kultur im Ausseerland sollten ebenfalls im Rahmen von Packages integriert werden
- kommt auf Art der Behinderung an, z.B. Rolli sehr zeitintensiv => Packages zumindest für 2 Tage anbieten;
- ein bisschen Angebote austesten, BesucherInnen befragen, was gut ankommt => Evaluierung!!!
- Destinationsmanagement betreiben
- Angebote für bestimmte Zielgruppe erstellen
- eine „barrierefreie Urlaubsdestination“ zu machen, ist ein ehrgeiziges Vorhaben, das eines Masterplans von zumindest 10 Jahren bedarf!!!

1.5.2 Vorhandensein von zusätzlichen barrierefreien Angeboten in der Region

- Gute Idee, könnten gleich mit angeboten werden (4 Vorschläge)
- Gastronomie in allen Bereichen (2 Vorschläge)
- Einkaufsmöglichkeiten (2 Vorschläge)
- Kino (2 Vorschläge)
- Ausflugsziele für Tagesausflüge (2 Vorschläge)
- Schwimmbad, Badeteich
- Kulturelles
- NP muss sich nicht um das Vorhandensein von zusätzlichen barrierefreien
- Angeboten in der Region kümmern; Nationalpark ist „Naturpark“, keine
- Urlaubsdestination
- Outdoorprogramme als Kontrastprogramm zum gegenständlichen Angebot im NP
- Auch für Begleitpersonen sollten Programme entwickelt werden.

1.5.3 Unterbringung und Mobilität in der Region

- Quartiere sollen in der unmittelbaren Nationalparkregion angeboten werden (8 Vorschläge)
- Die Fahrtzeit zwischen Quartier und Nationalpark soll nicht länger als eine halbe Stunde sein (4 Vorschläge)
- barrierefreie Beherbergungsbetriebe innerhalb der Region sind egal, MmB sind es gewöhnt nicht alles vor Ort zu haben; (3 Vorschläge)

- Quartiere sollten weitestgehend in der Nähe sein (2 Vorschläge)
- Die Fahrtzeit zwischen Quartier und Nationalpark soll nicht länger als eine Stunde sein (2 Vorschläge)
- Wichtig ist unkomplizierter Transport zwischen Unterkunft und Ausflugsziel(en) (2 Vorschläge)
- Die Fahrtzeit zwischen Quartier und Nationalpark ist nicht so wichtig, wenn die Anreise mit dem Auto erfolgt
- Angebote müssen nicht perfekt sein, aber die Menschen mit Behinderung sollen sich am Urlaubsort einigermaßen bewegen können
- Im Zuge der Entwicklung des gegenständlichen Projektes sollte auch eine Erhebung in der Region durchgeführt werden mit dem Ziel herauszufinden, welche Betriebe in dieses Segment zukünftig investieren würden.
- Radius von 40-50 km bewältigbar
- Ab 10 km Entfernung ist eigener PKW von Vorteil.
- Bis zu 1Stunde werden im Rahmen von Tagesausflügen in Kauf genommen
- Das Thema „barrierefreie Qualitätsbetten“ sollte in der Region aktiv vorangetrieben werden

1.5.4 Vorschläge zum Thema „Perfekte Dreitagespackages“

- Tag: Anreise; 2. Tag: Kultur (ev. Stift Admont); 3. Tag: Nationalpark (2 Vorschläge)
- Tag: Anreise und nähere Umgebung; 2. Tag: Weidendom, Fußabdruck (alternativ Stift Admont); 3. Tag: nähere Umgebung, Abreise (2 Vorschläge)
- Nationalpark, Bogenschießen, Pferde- oder Lamareiten
- Nationalpark, Reiten, Bogenschießen, Kulturfahrt (z.B. Graz)
- Nationalpark, Tauchen im Hallenbad, (Therapie)Reiten, Segelfliegen
- Nationalpark, Kultur (z.B. Oper in Graz)
- Nationalpark, Reiten, Rafting
- 1. Tag: Anreise, Mittagessen mit regionalen Produkten, Weidendom, Lettmair Au; 2. Tag: Vormittag Rafting Tour, Nachmittag Geologieausstellung und Rauchbodenweg; Abend Lagerfeuer, 3. Tag: Stift Admont, Abreise
- 1.Tag: Selbsterfahrung (Campieren); 2. Tag: Wandern; 3. Tag: Besonderes Erlebnis
- 1. Tag: Nationalpark (Weidendom etc.); 2. Tag: Stift Admont und zur freien Verfügung; 3. Tag: Abreise
- Wichtig sind interessante Indoor- und Outdoorangebote
- Es soll Ruhe, Erleben der Natur und Sport in der Natur angeboten werden
- 1. Tag: Anreise, „Warm up“ (Information über das Angebot); 2. Tag: Nationalpark (unterschiedliches Vormittags- und Nachmittagsprogramm); 3. Tag: Vormittag zur freien Verfügung, Abreise

- Fitness, Naturverbundenheit, hoher Erholungswert, Wellness, Indoorangebote
- Natur im Nationalpark, Abenteuer und Sport, Stift Admont sowie die Seen im Ausseerland als tragenden Elemente von Packages
- Anreise mit Begrüßungsabend, wo sich NP und Region präsentieren + Museum im Stift Admont + Führung im NP Gesäuse + Abreise
- 1 Tag Nationalpark + 2 Tagesausflüge
- 1 Tag Schloß Trautenfels + 1 Tag Stift Admont + Nationalpark Gesäuse + 1 Tag wandern in der Region
- Highlights des Nationalparks + Stift Admont + Johnsbach + ein kulinarisches Erlebnis
- 1 Tag Nationalpark + 1 Tag Wasserspielpark Eisenwurzen, Wildalpen + 1 Tag Mariazell
- 1 Tag Nationalpark + 1 Tag Stift Admont + 1 Tag Stoderzinken
- 1 Tag Nationalpark + 1 Tag Erholung + 1 Tag Kultur
- Angebote im „Baukastensystem“ anbieten
- Gäste aus Übersee (Japan), welche Wien besuchen, könnten z.B. mit einem Panoramazug von Wien in das Gesäuse fahren. Die ÖBB käme aber als Projektbetreiber für so ein Vorhaben, aus Sicht von Herrn Hauser, nicht in Frage.

1.6 An- und Abreise bzw. Mobilität mit öffentlichen Verkehrsmitteln

1.6.1.1 Generelle Maßnahmen

- Taxiunternehmen sollen die Lücke zwischen Bahnhof und Quartier schließen (8 Vorschläge)
- Einflussnahme zur Sicherstellung der problemlosen barrierefreien Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln (7 Vorschläge)
- Ein reibungsloser Ablauf muss gewährleistet werden (vom Einsteigen zu Hause bis zum Aussteigen in der Zieldestination) (5 Vorschläge)
- Es sollen Shuttledienste angeboten werden (4 Vorschläge)
- Öffentliche Verkehrsmittel sollen in guter Frequenz und zu günstigen Preisen angeboten werden (3 Vorschläge)
- Gewährleistung eines verlässlichen Fahrplanes für öffentliche Verkehrsmittel (5 Vorschläge)
- Niederflurbusse mit Anzeige und akustischer Durchsage sollten eingesetzt werden (4 Vorschläge)
- Unterbringungsmöglichkeiten sollten entsprechend angebunden sein (4 Vorschläge)
- Stationen und Bahnhöfe sollten barrierefrei sein (3 Vorschläge)

- Einwirken auf Buschauffeure, dass sie einen freundlichen Umgang zu Menschen mit Behinderung pflegen (3 Vorschläge)
- Bedachtnahme, dass die meisten Menschen mit dem Auto anreisen werden (3 Vorschläge)
- ÖV sollte vom NP Gesäuse mitbeworben werden; mit „Ökotourismus“ könnte ein neuer Marketingzweig entstehen (2 Vorschläge)
- Spezialticket „Bahn & Natur“ analog Wedelweiß-Ticket (2 Vorschläge)
- Öffentliche Verkehrsmittel sind für blinde Menschen besonders wichtig (2 Vorschläge)
- Angebot von Kombitickets in den umliegenden Unterkünften: Nationalpark – öffentlicher Verkehr (2 Vorschläge)
- -Öffentliche Verkehrsmittel sind auch für ältere Menschen wichtig (2 Vorschläge)
- Hochflurbusse mit Hebebühne einsetzen
- Fahrpläne sollen leicht lesbar sein
- Fahrplan in entsprechender Schriftgröße (!!!) im Nationalpark aushängen
- Direkte Verbindungen wichtig
- Einheitliche Vorgangsweise beim Anmelden bei der ÖBB für Fahrgäste mit Rollstühlen
- Nutzung von Schulbussen auch für Touristen
- Buchungsmöglichkeit im Nationalpark für öffentliche Verkehrsmittel (auch in Kombination untereinander)
- Zusammenarbeit mit dem Samariterbund hinsichtlich der Abholung von einem Flughafen
- Busse für die Mobilität vor Ort anbieten
- Beim Umstieg von einem öffentlichen Verkehrsmittel in ein anderes sollen Hilfsdienste angeboten werden
- Begleitdienste sollen angeboten werden
- Teilnahme an einem Verkehrsverbund bzw. Partnerschaften mit regionalen Verkehrsverbünden
- Es sollten Alternativen zur Eisenbahn überlegt werden (Busse, Taxis)
- Verbesserung der Logistik der ÖBB beim Umsteigen (z.B. sind 1. Klasse-Wagen immer unterschiedlich angeordnet – hinten oder vorne – was zu langen Wegen beim Umsteigen führt)
- Blindenhunde sollen problemlos mitgenommen werden können
- Es sollen Bahn, Bus, Taxis und Shuttledienste gemeinsam angeboten werden
- Besonderes Augenmerk soll auf die Logistik von der Ankunft mit öffentlichen Verkehrsmitteln in der Region zur Unterkunft gelegt werden

- Menschen mit Behinderung sollten darauf aufmerksam gemacht werden, dass sie sich rechtzeitig bei öffentlichen Verkehrsmitteln anmelden, sofern sie dort Hilfestellung benötigen
- Durch die Nutzung der SWISS•TRACs können Menschen mit Mobilitätsbeeinträchtigung bzw. RollstuhlfahrerInnen das Angebot ohne fremde Hilfe nutzen. Das ist für die Zielgruppe sehr attraktiv!
- Abklärung, ob bestehendes ÖV-Angebot überhaupt den Ansprüchen gerecht wird
- Engagement des Nationalparks Gesäuse, mittelfristig wieder mehr Sonderzüge durch die Region zu bekommen
- Thema „öffentlicher Verkehr“ im Rahmen der Entwicklung einer Gästecard proaktiv aufgreifen
- wichtig ist ein unkomplizierter Zugang, und das soll dann kommuniziert werden
- keine weiten Wege zu Haltestellen
- Mobilitätskette muss funktionieren: Vorabinformation bezüglich des Umsteigens muss umfassend gewährleistet sein (Umsteigprozedere, genauen Örtlichkeiten am Bahnhof etc.)
- 10:40:100 Regel: für 10 % der Personen sind barrierefreie Ausstattungen nötig, für 40 % eine Hilfestellung und für 100 % der Personen eine Service
- Bahnhofservice in Bezug zu Barrierefreiheit muss vorhanden sein
- Integration des ÖV im Rahmen von all. inkl. Pauschalen nicht unbedingt nötig.
- Gäste wollen individuell ihren Urlaub zusammenstellen (auch hinsichtlich der Nutzung des ÖV vor Ort)
- Generell gibt es Berührungsängste hinsichtlich der Nutzung des ÖV
- Busverbindung von Liezen nach Admont ist gut. In der NP Region selber ist aber das ÖV Angebot unzureichend.
- Fahrpläne sollen nicht zu klein beschrieben sein.
- IN der NP Region sollte ein Bürgerbus eingerichtet werden. Von Mai bis Oktober verkehrt er zweimal am Tag und fährt die Attraktionen der Region an.
- Die Nutzung des Busses könnte im Eintrittspreis von Freizeitanbietern integriert sein.
- Die interaktive Landkarte von XEIS Mobil sollte weiter verwendet werden und aktualisiert werden.
- Die Busse sollten Behindertensitze haben und mit den entsprechenden Aufklebern „Barrierefreiheit“ versehen sein.
- Es sollte geachtet werden, dass im Zuge des Umbaues vom Bahnhof Liezen alle Anforderungen hinsichtlich Barrierefreiheit berücksichtigt werden.
- Die Wegweiser in der Region sollten übersichtlich gestaltet sein
- Atempo sollte die bestehenden Angebote beim Weidendom im Hinblick auf Barrierefreiheit prüfen

- Hinsichtlich der Anreisezeit mit dem Bus bzw. PKW im Rahmen von Eintagesangeboten bzw. Eintagesausflügen gibt es aus Sicht von Herrn Dr. Lassnig keine anderen Regeln bzw. Erfahrungen als bei Menschen ohne Behinderungen.
- Fast alle Menschen mit Behinderung reisen mit ihren PKW an.
- ÖV müsste umfassend angeboten werden.
- Beim Regionalbus Aichfeld ist jeder der drei Linien mit einer eigenen Farbe gekennzeichnet. Diese Farben werden auch in den Fahrplan integriert sowie in die Haltestellenschilder. Da die Matrixanzeigen im Bus oft schwer lesbar sind (spiegeln sich in der Sonne) verfügt auch jeder Bus über eine Farbtafel, welche vor der Windschutzscheibe platziert wird.
- Anbieten könnte sich die Bekanntgabe der Website „Busbahnbim“ oder „Mobilzentral“ in Blindenschrift. Diesbezüglich müsste aber die Hülle des Fahrplanes eine Papierstärke von zumindest 130 Gramm aufweisen. Diese Dicke würde aber zu einer gewissen „Bockigkeit“ des Fahrplanes führen (schwierig zu handhaben in seiner Funktion als Taschenfahrplan)
- Fahrpläne im pdf Format im Internet sind für blinde Menschen mühsam zu lesen. Wenn man zum Beispiel die Verbindungen für Samstag benötigt, müsste der gesamte Text von Montag bis Freitag vorher vorgelesen werden – ehe man dann erst zum Samstag kommt. Diesbezüglich müsste eine andere blindenfreundliche Programmierung der Fahrpläne im Internet vorgenommen werden.
- „Bahnhofsmission“ in Deutschland: Dies ist ein Begleitservice durch freiwillige Privatpersonen, die Kinder oder nicht mehr so rüstige Senioren oder Menschen mit Behinderung beim Reisen begleiten. Dies würde sich auch für das Gesäuse anbieten.
- Mobilitätszentrale könnte auch als Buchungszentrale fungieren.
- Potential für Nutzung des ÖV:
    - Vielleicht 5 %
    - (gutes) Angebot schafft Nachfrage

1.6.2 Technische Maßnahmen

- Taxis müssen barrierefrei sein (8 Vorschläge)
- Es sollen Niederflurbusse eingesetzt werden (6 Vorschläge)
- Busse sollen mit einer Hebebühne ausgestaltet werden (4 Vorschläge)
- Installation eines Rufbussystems (auch mit akustischen Signalen) (2 Vorschläge)
- Etwaige Rufbusboxen tiefer aufhängen, damit sie von RollstuhlfahrerInnen erreicht werden können
- Anfrage bei den ÖV-Trägern betreffend Umrüstung von Bussen auf Barrierefreiheit
- Busse müssen mit einer Rampe für Rollstuhlfahrer ausgestaltet sein
- Errichtung eines Farbleitsystems im öffentlichen Verkehr

- Richtige Farbgebung bei der Beschriftung der Busse (Orange ist für sehbehinderte Menschen günstig)
- Laut UN-Konvention (Österreich hat ratifiziert) müssen öffentliche Verkehrsmittel über kurz oder lange barrierefrei sein
- Lautsprecher von Autobussen sollen induktiv ausgestaltet werden
- Durchsagen auf den Stationen sollen induktiv hörbar gemacht werden
- Informationen nicht nur über Lautsprecher geben (z.B. bei Verspätungen), sondern auch über Displays
- Mechanische Rampen sind gegenüber von elektrischen Rampen im Vorteil

1.7 Förderungen

- Anfrage beim Bundessozialamt (es gibt Förderungen für investive Maßnahmen, Kontaktperson: Irene Sacherer, Tel.Nr.: 05 9988 6404) (8 Vorschläge)
- Anfrage bei den zuständigen Stellen des Landes Steiermark (6 Vorschläge)
- Anfrage um diesbezügliche weitere Information bei „Atempo“ und „Cedos“ in Graz (2 Vorschläge)
- EU-Förderungen, eventuell Kommissar (Dr. Hahn) für regionale Fragen (2 Vorschläge)
- Der Nationalpark soll sich auch um Privatsponsoren bemühen (2 Vorschläge)
- Höhere Förderungen sind auch bei der Adaptierung von bestehenden Gebäude zu lukrieren (2 Vorschläge)
- Anfrage im BMWFJ
- Anfrage bei der WKÖ
- M. Grundner, Dachverband der Behindertenorganisationen, sieht Fördermöglichkeiten nur mehr für 2010
- Anfrage beim ESF (Europäischer Sozialfonds)
- Frau Hasenburger verweist auf Bundesförderungen für spezielle Programme wie z.B. Feriencamps
- Regional abgestimmte Verkehrskonzepte werden vom Land Steiermark mit 2/3 gefördert.

1.8 Allgemeine Fragen, Stimmungsbild

1.8.1 Grundkonzept, Visionen und allgemeine Vorschläge

- Das Angebot klingt gut (6 Vorschläge)
- Partnerschaft mit Rehabilitationskliniken (5 Vorschläge)
- Der Nationalpark soll hinsichtlich Barrierefreiheit eine Vorreiterrolle einnehmen (4 Vorschläge)

- Das Angebot des Nationalpark soll sich betont an alle Menschen richten, nicht gesondert nur an Menschen mit Behinderung (3 Vorschläge)
- Gutes Grundkonzept, aber das passende barrierefreie Umfeld fehlt noch (3 Vorschläge)
- Das Angebot klingt interessant (3 Vorschläge)
- Maßnahmen dürfen nicht halbherzig umgesetzt werden (es könnte sonst viel Geld verschwendet werden und zudem würde dies zum Hohn für Menschen mit Behinderung werden) (3 Vorschläge)
- Erstellung eines Konzeptes für barrierefreie BesucherInnenangebote ist sehr positiv (2 Vorschläge)
- Rollstuhlgerechtes Anlegen von Freizeitangeboten ist auch für die Zielgruppe „Familien mit Kinderwagen“ interessant. (2 Vorschläge)
- „Barrierefreiheit“ könnte USP für Nationalpark werden (2 Vorschläge)
- Der Nationalpark sollte die Zusammenarbeit mit Altersheimen und
- Behindertenorganisationen (Blindenverbänden etc.) suchen (2 Vorschläge)
- Das Angebot ist einzigartig (2 Vorschläge)
- Gutes Marketing sehr wichtig (2 Vorschläge)
- Aus dem guten Grundkonzept sollen konkrete Produkte zur Herstellung einer durchgängigen touristischen Servicekette entwickelt werden
- Streben nach TOP-Unterkünften in der Region
- Vision für eine kombiniertes Angebot mit den Bereichen Extremsport, Behindertensport und Trainingslager für Menschen mit Behinderung
- Vision für einen Nationalpark, der mit allen Sinnen erlebt werden kann
- Der Nationalpark sollte die Integrativität zur besonderen Vision machen
- Der Nationalpark sollte insbesondere Packages anbieten
- Das Grundkonzept bietet zu wenig Attraktivitäten, es sollte mehr „Action“ angeboten werden
- Der ansässigen Bevölkerung sollte bewusst gemacht werden, dass sie auch von Barrierefreiheit profitiert (z.B. ältere Menschen, Kinder)
- Das Grundkonzept ist zu sehr auf ein Rollstuhlangebot zentriert
- Barrierefreiheit soll in die Statuten des Nationalparks aufgenommen werden
- Wenn es gelingen sollte, ein perfektes barrierefreies Angebot zu erarbeiten, dann sollte es gut vermarktet werden, weil es derzeit kaum gute diesbezügliche Angebote gibt
- Das Grundkonzept ist an sich gut, es könnte noch für aktivere Menschen (Bergsteigen, Rafting etc.) ausgebaut werden
- Der Nationalpark soll primär darauf hinstreben ein barrierefreies Ausflugsziel zu werden, ein Einfluss auf das Umfeld ist nur bedingt gegeben

- Die gesamte Region muss sich zum Ziel „Barrierefreiheit“ bekennen (Erstellung eines Maßnahmenkatalogs)
- Die Vision könnte die Schaffung eines blindengerechten Ausflugsziels sein
- Bei anfallenden Sanierungsarbeiten soll immer gleichzeitig eine barrierefreie Ausgestaltung angestrebt werden
- Die Einhaltung des Bundes-Behindertengleichstellungsgesetzes und der diesbezüglichen UN-Konvention ist ein „Muss“, nicht ein „Kann“
- Durch ein gutes barrierefreies Angebot erhöht der Nationalpark seine internationale Wettbewerbsfähigkeit
- Ein gutes barrierefreies Angebot bringt auch wirtschaftlich etwas, weil Menschen mit Behinderung in der Regel die ganze Familie mitbringen
- Der Nationalpark kann durch ein gutes Angebot zum Motor der Region werden
- Angebot laut Grundkonzept gut überlegt
- Mit „Barrierefreiheit“ aber nur dann werben, wenn das Angebot wirklich barrierefrei ist.
- das geplante Angebot hat Potential, die Gäste werden aber nicht sofort die Tore stürmen
- Mund-zu-Mund Propaganda ist von unschätzbarem Wert
- Das Angebot ist attraktiv
- Das Angebot geht in die richtige Richtung
- Schwerpunkte sind setzbar
- Der barrierefreie Webauftritt ist auch sehr wichtig
- Zielgruppen vorher definieren
- Karte erstellen, in der die gesamte Infrastruktur eingezeichnet ist
- die gesamte touristische Servicekette mit Packages anbieten
- Das Projekt ist Chance für die Region, sich zu positionieren
- NP Gesäuse könnte Vorreiterrolle in dem Bereich übernehmen.
- Partnerschaften mit Rehakliniken und Physiotherapiezentren eingehen
- Partnerschaften wie z.B. mit Steiermark Tourismus wichtig
- Kooperation mit Herstellern von Rollstühlen und/oder Zuggeräten eingehen.
- Barrierefreiheit sollte selbstverständlicher sein.
- NP Gesäuse könnte zu einem Zugpferd für barrierefreien Tourismus werden
- Mundpropaganda ist ein ganz wichtiger Faktor

1.9 Nachbesprechung mit den Interviewpartnern

1.9.1 Empfohlene Websites

- www.swisstractours.ch
- www.bsgh.at (Behindertenselbsthilfegruppe Hartberg)
- www.rehacare.de (Ferienmesse in Düsseldorf)
- www.handicap.de
- www.praschberger.com (Anbieter von Handbikes und Skibobs für Rollstuhlfahrer
- www.bizeps.or.at
- www.kobinet.de
- www.mis-ch.ch
- www.bundessozialamt.gv.at/basb/Behindertengleichstellung
- www.oar.or.at/service/barrierefreies-planen-bauen/broschuren/verschiedenes
- www.steiermark.com/fuer-alle
- www.ibft.at
- www.natko.de (Koordinierungsstelle für barrierefreien Tourismus)
- www.rollstuhl-urlaub.de
- www.barrierefreierurlaub.de
- www.vqo.at
- www.handicapnet.com
- www.atempo.at
- www.rehab-messe.de
- www.naidex.co.uk
- www.kaerntnermessen.at/messe/recare-338.php
- Homepage der Stadt Graz
- Homepage der OÖ Naturakademie (insb. im Hinblick auf spezielle Führungen)
- www.roll-over-ooe.at
- www.rufbus.exd.at (username=exd, passwort=exd)
- www.hilfsgemeinschaft.at (Checkliste für Infrastrukturmaßnahmen)
- www.behindertenarbeit.at
- www.oebsv.at
- www.barrierefreier-alltag.at
- http://www.seenland-barrierefrei.de/index.php?id=86 (Hr. Birnmeyer, Fränkisches Seenland)

- http://www.christophorus.at/de/christophorus/index/index.asp (Christophorus Reisen Tirol)
- http://www.tourismus-werfenweng.at/de/home/ (sanfte Mobilität in Werfenweng)
- www.cedos.at
- http://www.mainweb.at/ : MAIN_web: Plattform für integrative und barrierefreie
- Medien- und Kulturarbeit
- www.comunipertutti.it/maps => Studie über Gemeinden in Südtirol,
- Veröffentlichung im Frühjahr 2010
- www.barrierefreierurlaub.at
- www.jufa.at Jugend & Familiengästehäuser
- http://www.graz.at/cms/beitrag/10026599/421916, Stadtbaudirektion Graz,
- Referat Barrierefreies Bauen
- Hotel Restaurant Viktor, Viktorsberg/Vorarlberg http://www.tiscover.com/viktor
- Verein zur Förderung des barrierefreien Tourismus, Gleichstellungsbeirat:
- www.tourism4all.org
- autArK Arbeitsassistenz Kärnten: www.autark.co.at
- http://www.freizeit-pso.com/: Freizeit PSO Schladming
- www.kinderbuero.at
- www.zweiundmehr.at
- Mosiak GmbH, Fr. Katharina Gruber, haben auch integrativen Kindergarten
- Fa. Moser Spielwaren (auch für Kinder mit Behinderungen), www.moserspiel.at

1.9.2 Empfohlene Literatur

- Studie der FH Erfurt zum Thema „Planungsleitfaden für die „Gestaltung barrierefreier Wanderwege“, Juliane Friedrich, Institut für Verkehr und Raum, 2005 (2 Vorschläge)
- Broschüren der AUVA
- Einschlägige Materialien des BM für Soziales
- Nationalpark Berchtesgaden, Modell-Management-Plan zum Thema
- „Barrierefreiheit am Beispiel des NP Berchtesgaden“
- Lebenshilfe Widmont e.V., „Natur für Alle – Planungshilfe“, 2002
- Deutscher Blinden- und Sehbehindertenverband, „Empfehlungen für die barrierefreie Gestaltung von Spazierwegen und Lehrpfaden“
- Pädagogische Umsetzung „Das barrierefreie Museum“, Föhl, Endrich, John, Maaß, transcript-Verlag

- Unterlagen des im Herbst 2009 in Wien stattgefundenen ENAT-Kongresses
- Studie von Peter Neumann, im Auftrag des deutschen Wirtschaftsministeriums
- „Buch der Begriffe“, runterladen unter http://info.tuwien.ac.at/uniability/documents/Buch_der_Begriffe.pdf

1.9.3 Empfohlene Messen

- „Integra“ in Wels (5 Vorschläge)

1.9.4 Empfohlene ExpertInnen

- Hr. Urs Styger, Kantonstrasse 40, CH-6207 Nottwil, Schweiz; +41/41/9395403; urs.styger@spv.ch; Ausflugsplanung, auch mit SWISS•TRACs, könnte Erfahrungen mit SWISS•TRACs zur Verfügung stellen, Kunde werden
- Anja Lenz
- DI (FH) Oskar Kalamidas, Stadtbaudirektion Graz
- Ronald Vala, „Delfeeling“, www.vala.at
- Planungs- und Bauberatung barrierefreies Bauen, DI Christine Eder, MSc, http://www.barrierefreiesbauen.at/
- Frau Sonja Redl, Sozial- und Behindertenhilfe BH Liezen