

TOURISMUS FÜR ALLE IN LUXEMBURG

TOURISME POUR TOUS AU LUXEMBOURG

Ein Leitfaden für Fachleute der Tourismusbranche | Un guide pour les professionnels du tourisme



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Économie



IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Ministère de l'Économie – Direction générale du tourisme
Luxembourg

INHALTLICHES KONZEPT UND TEXTE

Dr. Kai Pagenkopf & Dr. Peter Neumann
(NeumannConsult – www.neumann-consult.com)

REDAKTION

Dr. Kai Pagenkopf & Dr. Peter Neumann
(NeumannConsult – www.neumann-consult.com)
Silvio Sagramola & Yannick Breuer
(Info-Handicap – www.info-handicap.lu)

LAYOUT

Info-Handicap (Volker Kespohl) – www.info-handicap.lu

DRUCK

Fondation Kräizbiërg

BILDNACHWEIS

Fotolia: 8, 19, 21; Info-Handicap: Titel, 8, 10, 11, 12, 15,
16, 17, 21; NeumannConsult: 8, 9, 13, 14, 16, 18, 23;
Ministère de l'Économie/ONT: 5; Mobilboards Luxem-
bourg/ONT: 11; ORT Région Moselle Luxembourgeoise: 2

EDITEUR

Ministère de l'Économie – Direction générale du
tourisme Luxembourg

CONCEPTION CONTENU ET RÉDACTION

Dr. Kai Pagenkopf & Dr. Peter Neumann
(NeumannConsult – www.neumann-consult.com)

RÉDACTION

Dr. Kai Pagenkopf & Dr. Peter Neumann
(NeumannConsult – www.neumann-consult.com)
Silvio Sagramola & Yannick Breuer
(Info-Handicap – www.info-handicap.lu)

MISE EN PAGE ET TRADUCTION FRANÇAISE

Info-Handicap (Volker Kespohl) – www.info-handicap.lu

IMPRESSIÖN

Fondation Kräizbiërg

RÉFÉRENCES DES IMAGES

Fotolia: 8, 19, 21; Info-Handicap: Titre, 8, 10, 11, 12, 15,
16, 17, 21; NeumannConsult: 8, 9, 13, 14, 16, 18, 23;
Ministère de l'Économie/ONT: 5; Mobilboards Luxem-
bourg/ONT: 11; ORT Région Moselle Luxembourgeoise: 2

INHALT

CONTENU

1	VORWORT	4
2	TOURISMUS FÜR ALLE: Was bedeutet das für Luxemburg?	6
3	WELCHE ANSPRÜCHE STELLEN GÄSTE AN IHREN URLAUB IN LUXEMBURG?	8
3.1.	Gäste mit Gehschwierigkeiten	9
3.2.	Gäste im Rollstuhl	9
3.3.	Gäste mit Sehschwierigkeiten und blinde Gäste	10
3.4.	Gäste mit Hörschwierigkeiten und gehörlose Gäste	11
3.5.	Gäste mit kognitiven Einschränkungen	12
3.6.	Gäste mit Allergien und Nahrungsmittelunverträglichkeiten	13
3.7.	Ältere Gäste	13
3.8.	Familien mit kleinen Kindern	13
4	AUF DEM WEG ZUM ANGEBOT FÜR ALLE IN LUXEMBURG: Was können die Betriebe tun?	14
5	MARKETING IM TOURISMUS FÜR ALLE	20

1	PRÉFACE	4
2	TOURISME POUR TOUS : Quelle importance pour le Luxembourg ?	6
3	QUELLES SONT LES ATTENTES DES CLIENTS PENDANT LEURS VACANCES AU LUXEMBOURG ?	8
3.1.	Clients avec des problèmes de la marche	9
3.2.	Clients en fauteuil roulant	9
3.3.	Clients malvoyants ou aveugles	10
3.4.	Clients malentendants ou non entendants	11
3.5.	Clients avec des troubles cognitifs	12
3.6.	Clients avec des allergies et des intolérances nutritionnelles	13
3.7.	Clients âgés	13
3.8.	Familles accompagnées d'enfants en bas âge	13
4	VERS UNE OFFRE POUR TOUS AU LUXEMBOURG : Que peuvent faire les entreprises ?	14
5	LE MARKETING DU TOURISME POUR TOUS	20

VORWORT

PRÉFACE



Die luxemburgische Regierung hat die systematische Umsetzung des Konzepts «Design für Alle» in ihrem Koalitionsabkommen festgeschrieben und ist in diesem Bereich somit Vorreiter in Europa. Das Projekt „Tourismus für Alle in Luxemburg“ ist ein wichtiger Schritt, Luxemburg zu einem Reiseziel zu machen, in dem sich alle Gäste wohlfühlen und willkommen sind.

Das Thema „Tourismus für Alle“ ist bei weitem kein Selbstläufer. Umso mehr freue ich mich über das große Interesse der Touristik-Fachleute, das zum Gelingen des Projektes beigetragen hat und zukünftig noch beitragen wird. Denn nur gemeinsam mit den Akteuren im Tourismus kann es gelingen, sowohl die Erwartungen der Gäste als auch die der Leistungsträger zu identifizieren und den Herausforderungen eines sich ständig verändernden Marktes gerecht zu werden.

Dazu müssen wir „Insellösungen“ vermeiden und stattdessen auf Vernetzung und Zusammenarbeit setzen. Die Entwicklung kohärenter Angebote mit Erlebnissen entlang der gesamten touristischen Servicekette ist ein wichtiges Ziel für Luxemburg.

Im Laufe des Projekts wurden gemeinsam mit den Touristikfachleuten aus den verschiedenen Regionen Erfolgsfaktoren und Praxistipps identifiziert, um die touristischen Akteure auf ihrem Weg zu begleiten. Im vorliegenden Leitfaden für Fachleute aus der luxemburgischen Tourismusbranche wurden die gesammelten Erkenntnisse in einer übersichtlichen Form zusammengestellt.

Ich bin davon überzeugt, dass wir auf diesem Weg Antworten auf die gesellschaftlichen Veränderungen der kommenden Jahre liefern und gleichzeitig wirtschaftliche Impulse geben können, die nicht nur dem Tourismus zugutekommen.



Francine Closener
Staatssekretärin für Wirtschaft



Le Gouvernement luxembourgeois a ancré la mise en œuvre systématique du concept « Design pour Tous » dans son accord de coalition et se positionne ainsi comme précurseur en Europe. Le projet « Tourisme pour Tous au Luxembourg » est un pas important dans cette direction pour faire du Luxembourg une destination touristique où tous les visiteurs se plaisent et sont bienvenus.

Le « Tourisme pour Tous » est loin de se mettre en place tout seul. Je me réjouis d'autant plus de l'intérêt considérable des professionnels du tourisme qui a contribué et continuera à contribuer à la réussite du projet. Ce n'est qu'en partenariat avec les acteurs du tourisme qu'il sera possible d'identifier les attentes, tant des visiteurs que des fournisseurs, afin de répondre aux défis d'un marché en évolution constante.

Pour y arriver, il faut éviter les « solutions isolées » et, au contraire, favoriser le travail en réseau et la collaboration. Le développement d'offres cohérentes tout au long de la « chaîne de services touristiques » est un objectif clé pour le Luxembourg.

Au cours du projet, des facteurs de succès et des conseils pratiques ont été identifiés ensemble avec les spécialistes du tourisme des différentes régions du pays, afin d'accompagner les acteurs touristiques sur leur chemin. Le présent guide pratique destiné aux spécialistes du tourisme luxembourgeois regroupe de façon succincte les idées collectées.

Je suis persuadée que la voie entamée nous permettra de fournir des réponses aux changements sociétaux des années à venir et que nous pourrons ainsi fournir des impulsions économiques bénéfiques bien au-delà du secteur touristique.

Francine Closener
La Secrétaire d'État à l'Économie

”

TOURISMUS FÜR ALLE: Was bedeutet das für Luxemburg?

TOURISME POUR TOUS: Quelle importance pour le Luxembourg?

Der demographische Wandel ist in Europa in aller Munde. Zwar gehört Luxemburg zu den wenigen europäischen Staaten, deren Bevölkerung zukünftig wachsen wird, aber in allen wichtigen Quellländern ist mit einer deutlichen Abnahme der Bevölkerung zu rechnen.

Allerdings auch an Luxemburg werden die Veränderungen der Bevölkerungsstruktur nicht spurlos vorübergehen. „Wir werden älter, individueller und bunter!“ – Dieser viel zitierte Ausspruch gilt auch für Luxemburg. Die Zahl älterer Menschen nimmt in Luxemburg und in ganz Europa zu. Für den Tourismus bedeutet dies eine Zunahme von Gästen und Besuchern, die trotz eventueller Einschränkungen oder chronischer Erkrankungen, Urlaub machen möchten.

Darüber hinaus ändern sich auch die Erwartungen und Ansprüche der Gäste. Nach Angeboten „von der Stange“, die früher vielleicht einen großen Gästekreis ansprechen konnten, wird heute seltener gefragt. Anbieter im Tourismus müssen sich auf diese veränderten Rahmenbedingungen einstellen, wenn sie im Wettbewerb bestehen wollen. Das Konzept **Tourismus für Alle** bietet hier einen erfolgversprechenden Ansatz: **Tourismus für Alle** beachtet die Vielfalt der Gäste und stellt ihre unterschiedlichen Bedürfnisse in den Vordergrund.

Dabei ist eine barrierefreie, komfortable Infrastruktur genauso wichtig wie ein guter, individueller Service. **Tourismus für Alle** garantiert die „Barrierefreiheit“ von touristischen Angeboten und stellt Komfort, Sicherheit und Ästhetik in den Vordergrund.

Le changement démographique est à la une en Europe. Le Luxembourg fait bien partie de ces quelques Etats européens où la population va encore augmenter, mais dans tous les Etats-sources importants, la population est en forte diminution.

Même au Luxembourg, les changements au niveau de la structure de la population ne passeront pas inaperçus. „Nous devenons plus âgés, plus individuels et plus multicolores“ – Ce slogan fréquemment cité vaut également pour le Luxembourg. Le nombre de personnes âgées augmente au Luxembourg et dans toute l'Europe. Pour le tourisme, cela signifie une augmentation du nombre de clients et de visiteurs qui souhaitent partir en vacances malgré d'éventuelles limitations ou maladies chroniques.

Les attentes et les exigences des clients changent. Les offres „traditionnelles“ qui dans le passé suffisaient à intéresser un grand nombre de clients, sont moins sollicitées de nos jours.

Les fournisseurs touristiques doivent tenir compte de ces changements de contextes s'ils veulent rester compétitifs.

Le **Tourisme pour Tous** en est un aspect important: le **Tourisme pour Tous** tient compte de la diversité des clients et met en avant leurs besoins variés. Pour y parvenir, une infrastructure accessible et confortable est aussi importante qu'un service qualitatif et personnalisé.

Dans le **Tourisme pour Tous** l'accessibilité garantit un Design des offres touristiques qui priorise le confort et la sécurité pour tous.

Es gibt gute Gründe für einen Tourismus für Alle:

» **Mehr Komfort:** Barrierefreiheit ist ein Qualitäts- und Komfortmerkmal, das allen Gästen zugutekommt. Barrierefreiheit garantiert allen Gästen einen komfortablen, sicheren und bequemen Urlaub (Design für Alle).

» **Positive Auswirkungen für die Einwohner:** Von der barrierefreien Entwicklung einer Tourismusregion profitieren auch die Einwohner. Die Lebens- und Aufenthaltsqualität steigt für Alle.

» **Prävention:** Aufgrund des demographischen Wandels wird die Nachfrage nach barrierefreien Angeboten weiter deutlich steigen.

» **Sicherung des Kundenpotentials:** Ältere sowie aktivitäts- und mobilitätseingeschränkte Gäste haben schon heute ein erhebliches Marktvolumen und bieten als zukünftige Gäste ein großes, stetig wachsendes Potenzial.

» **Stärkung der Nebensaison:** Aktivitäts- und mobilitätseingeschränkte Gäste reisen in stärkerem Maße als andere Urlauber in der Nebensaison.

Il existe de bonnes raisons en faveur du Tourisme pour Tous :

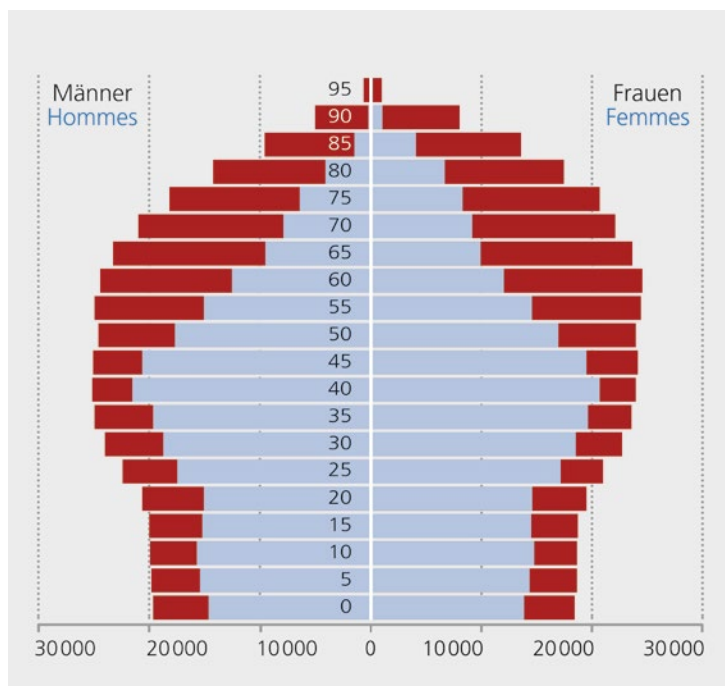
» **plus de confort:** l'accessibilité est un gage de qualité et de confort qui, en fin de compte, bénéficie à tous les clients. L'accessibilité garantit à tous les clients des vacances confortables, sûres et agréables (Design pour Tous);

» **impact positif pour les habitants:** l'évolution d'une région touristique sans barrières bénéficie également aux habitants. La qualité de vie et de séjour s'améliore pour tout le monde;

» **anticipation:** le changement démographique fera croître de façon considérable la demande pour des offres accessibles;

» **fidélisation des clients:** les clients âgés ou limités au niveau de leurs activités ou de leur mobilité constituent d'ores et déjà un marché impressionnant et détiennent un potentiel sans cesse croissant comme futurs clients;

» **optimisation de la basse saison:** les clients à activité ou mobilité réduite voyagent plus fréquemment pendant la basse saison.



Bevölkerungspyramide von Luxemburg (Basisszenario) 2010 (hellblau) versus 2060 (rot).
Quelle: Statec

Pyramide des âges du Luxembourg (Scénario baseline) 2010 (bleu clair) versus 2060 (rouge).
Source : Statec

WELCHE ANSPRÜCHE STELLEN GÄSTE AN IHREN URLAUB IN LUXEMBURG?

QUELLES SONT LES ATTENTES DES CLIENTS PENDANT LEURS VACANCES AU LUXEMBOURG ?

Tourismus für Alle wird nur erfolgreich sein, wenn der Gastgeber weiß, wie er auf die persönlichen Wünsche und Bedürfnisse aller Gäste eingehen kann. Dazu gehört auch ein Minimum an Wissen über Gäste mit besonderen Ansprüchen.

Le **Tourisme pour Tous** ne peut réussir que si le fournisseur sait répondre aux souhaits et besoins de tous ses clients. Ceci inclut un minimum de connaissances sur les clients à besoins spécifiques.





3.1. Gäste mit Gehschwierigkeiten

Von einer Gehbehinderung können Menschen mit einer chronischen Erkrankung oder hohen Alters ebenso betroffen sein, wie Menschen, die aufgrund eines Unfalls nur vorübergehend in ihrer Bewegung eingeschränkt sind. Aber auch Eltern mit Kinderwagen oder Gäste, die mit viel Gepäck unterwegs sind, sind vorübergehend gehbehindert. Damit sind sehr viele Gäste zumindest zeitweise von einer „Gehbehinderung“ betroffen.

Gehbehinderte Menschen können Probleme mit langen Wegstrecken, mit steilen Anstiegen und mit Stufen haben. Abhilfe schaffen hier Zugänge und Wege mit abgesenkten Stufen oder Kanten. Erleichterung verschaffen häufig aber auch zusätzliche Sitzmöglichkeiten oder der Service eines Personen- und Gepäcktransportes. Bei unvermeidbaren Treppen sind Handläufe eine wichtige Hilfe und tragen zur Sicherheit bei.

3.2. Gäste im Rollstuhl

Um mobil zu bleiben, sind Rollstuhlfahrer auf einen Rollstuhl angewiesen. Ihr persönlicher Komfort hängt davon ab, wie gut und wie problemlos sie sich mit ihrem Rollstuhl fortbewegen können. Manche Rollstuhlfahrer können sich sehr selbständig am Urlaubsort bewegen, während andere ständige Hilfe benötigen. Nicht jeder Rollstuhlfahrer möchte geschoben werden, andere hingegen freuen sich über Unterstützung. Es ist daher wichtig, sich beim Gast nach seinen Wünschen zu erkundigen, bevor man ggf. ungefragt hilft.

3.1. Clients avec des problèmes de la marche

Les problèmes de la marche peuvent concerner les personnes avec des maladies chroniques ou âgées, tout comme les personnes dont la mobilité est temporairement limitée en raison d'un accident. Mais la mobilité de parents avec des landaus ou de clients avec des bagages encombrants est également temporairement limitée. Tout ceci augmente considérablement le nombre de clients au moins temporairement limités dans leur mobilité.

Les personnes à mobilité réduite ont des problèmes au niveau des longs chemins, des pentes raides et des marches. Les accès et cheminements sur lesquels les marches ou les seuils ont été abaissés réduisent les problèmes tout comme les possibilités de s'asseoir pour se reposer ou des services de transport pour les personnes ou les bagages. Si les marches sont inévitables, les mains courantes sur chaque côté constituent une aide et une sécurité supplémentaire.

3.2. Clients en fauteuil roulant

Afin de pouvoir rester mobiles, les utilisateurs de fauteuil roulant doivent utiliser ce fauteuil et leur confort personnel dépend de la facilité des déplacements avec leur fauteuil roulant. Certains utilisateurs de fauteuils roulants savent se déplacer en toute indépendance à leur lieu de vacances, d'autres dépendent d'une assistance permanente. Il est donc important de se renseigner auprès du client quant à ses attentes avant de l'assister.

Pour les utilisateurs de fauteuils roulants, les seuils, les marches ou les terrains accidentés, constituent des obstacles importants. D'autres barrières sont les comptoirs ou réceptions trop hauts, les portes trop étroites et les aires de manœuvre trop petites. Souvent, les commandes ou interrupteurs ne peuvent pas être atteints en raison de leur hauteur ou d'obstacles qui empêchent de les atteindre.

Für Rollstuhlfahrer stellen Schwellen, Stufen und Unebenheiten häufig große Hindernisse dar. Barrieren sind auch zu hohe Tresen- und Empfangsbereiche, zu schmale Türen sowie zu kleine Bewegungsflächen. Oft sind Bedienelemente zu hoch angebracht oder durch Hindernisse blockiert.

3.3. Gäste mit Sehschwierigkeiten und blinde Gäste

Sehbehinderte, dazu gehören auch sehr viele Brillenträger, und blinde Gäste haben oftmals ähnliche Probleme, es gibt aber auch einige grundsätzliche Unterschiede. Beide Gruppen finden es schwierig, sich in unbekannter Umgebung gut zurechtzufinden. Daher ist es besonders wichtig, dass Flächen und Wege frei zugänglich und nicht verstellt sind. Für sehbehinderte Menschen sollten schriftliche Informationen immer kontrastreich und in ausreichender Größe gegeben werden. Das gilt besonders für Hinweisschilder oder sonstige Orientierungshilfen. Das betrifft selbstverständlich aber auch Informationsmaterial wie Flyer, Broschüren, Kataloge und – nicht zuletzt – den Internetauftritt.

Brailleschrift (Blindenschrift) ist für viele blinde Gäste hilfreich, wenngleich längst nicht jeder blinde Gast Brailleschrift beherrscht. Dies gilt insbesondere für die vielen Gäste, die erst im Alter erblindet sind. In Aufzügen sind deshalb mündliche Ansagen der jeweiligen Stockwerke oftmals eine größere Hilfe als Brailleschrift. Solche akustischen Ansagen können heutzutage in fast allen Aufzügen eingebaut oder nachgerüstet werden.



3.3. Clients malvoyants ou aveugles

Les personnes malvoyantes, y compris de nombreux porteurs de lunettes, et aveugles ont souvent des problèmes comparables, mais il existe quand-même quelques différences fondamentales. Ces deux groupes de personnes ont du mal à se repérer dans des environnements inconnus. Il est donc primordial que les espaces et chemins soient libres d'accès et dépourvus d'obstacles. Pour les personnes malvoyantes il est important que les informations écrites soient bien contrastées et de taille suffisamment grande. Ceci vaut particulièrement pour les panneaux d'information et autres aides à l'orientation. Cela vaut également pour des supports d'informations comme les dépliants, les brochures, les catalogues, sans oublier les pages Internet.

L'écriture Braille peut aider de nombreuses personnes aveugles, tout en sachant que les personnes aveugles ne maîtrisent pas toutes le Braille. Ceci vaut particulièrement pour les clients devenus aveugles avec l'âge. Dans les ascenseurs, les annonces vocales des étages sont souvent plus utiles que le Braille et peuvent, de nos jours, être installées dans presque tous les ascenseurs.





3.4. Gäste mit Hörschwierigkeiten und gehörlose Gäste

Mit zunehmendem Alter nimmt bei den allermeisten Menschen die Hörfähigkeit ab. Viele schwerhörige oder gehörlose Menschen versuchen aus der Mimik und der Körpersprache des Gesprächspartners die „nicht gehörten“ Informationen zu vervollständigen. Deshalb ist es wichtig, dass ständig Blickkontakt gehalten und im Gespräch auf eine ruhige und deutliche Aussprache geachtet wird.

Bei Bedarf gibt es viele Hilfsmittel, die dem Gast als spezieller Service angeboten werden können, wobei akustische Signale durch optische Signale ergänzt werden können. Das Klingeln des Telefons oder die Schelle an der Zimmertür können durch Lichtsignale ergänzt werden, dem gehörlosen Gast kann ein Wecker mit Blitz- oder Vibrationsfunktion zur Verfügung gestellt werden.

Wichtig ist die optische oder vibrierende Warnung im Alarmfall, da ein gehörloser Gast eine Alarmsirene nicht hören wird.

3.4. Clients malentendants ou non-entendants

Avec le vieillissement, les capacités auditives baissent chez la majorité des personnes. Beaucoup de personnes mal- ou non-entendantes essaient de compléter les informations „non-entendues“ en observant la mimique et le langage du corps de leurs interlocuteurs. Il est donc important de garder le contact visuel pendant un entretien et de veiller à une prononciation claire et tranquille.

En cas de besoin, il existe de nombreuses aides techniques qui peuvent être proposées aux clients comme service spécial et où les signaux acoustiques sont complétés par des signaux visuels. La sonnerie du téléphone ou la sonnette de porte d'entrée de la chambre peuvent être complétées par des signaux lumineux. On peut aussi proposer au client sourd un réveil avec une fonction d'éclair ou de vibration.

Le signal optique, ou vibreur est particulièrement important en cas d'alarme, étant donné que le client sourd ne pourra pas entendre les sirènes d'alarme.



3.5. Gäste mit kognitiven Einschränkungen

Menschen mit Lernbehinderungen oder sonstigen Einschränkungen ihrer kognitiven Fähigkeiten brauchen häufig etwas mehr Zeit und Ruhe, um Informationen aufnehmen zu können. Eine Person mit Lernbehinderung kann eine verminderte Verständnis- und Entscheidungsfähigkeit haben. Es kann für sie schwierig sein, komplexe Situationen oder abstrakte Inhalte zu verarbeiten. Manche Personen können komplexe Reaktionen in bestimmten Situationen zeigen (Ängstlichkeit, Orientierungslosigkeit usw.) oder Probleme bei der Kommunikation haben. So ist eine gängige Erklärung im Rahmen einer Stadtführung oder eines Hotel-Check-In für Menschen mit kognitiven Einschränkungen oftmals ebenso wenig verständlich wie schriftliche Informationen mit viel Text. Es ist daher besonders wichtig, dass in kurzen und einfachen Sätzen gesprochen und geschrieben wird.

3.5. Clients avec des troubles cognitifs

Les personnes avec troubles de l'apprentissage ou autres limitations des capacités cognitives ont souvent besoin de plus de temps et de calme pour comprendre des informations. Une personne en situation de handicap cognitif peut avoir des capacités de compréhension et de décision limitées, c.-à-d. l'assimilation de notions abstraites et de situations complexes peut s'avérer difficile pour elle. Certaines personnes peuvent montrer des réactions complexes dans l'une ou l'autre situation (anxiété, désorientation etc.) ou peuvent avoir des difficultés de communiquer. Les explications traditionnelles pendant des visites ou un check-in à l'hôtel risquent d'être incompréhensibles pour ces personnes dans la même mesure que les informations écrites comprenant beaucoup de texte. Il est donc important d'utiliser des phrases courtes dans les discussions et les textes écrits.

3.6. Gäste mit Allergien und Nahrungsmittelunverträglichkeiten

Allergien sind inzwischen zu einer Volkskrankheit geworden. Rund jeder vierte Erwachsene und fast jedes dritte Kind werden von Heuschnupfen und Co. geplagt. Somit sind allergiemindernde Maßnahmen geeignet, das Wohlbefinden einer sehr großen Gästezahl zu verbessern. Hier bieten sich dem kreativen Gastronomen hervorragende Marktchancen, da etwa die Anzahl der an Zöliakie (Glutenunverträglichkeit) erkrankten Menschen stetig steigt und gute Restaurants, die Angebote für diese Gruppe bereithalten, noch ausgesprochen rar sind. Für viele Gäste ist es aber schon eine große Hilfe, wenn das Personal detailliert Auskunft über die Inhaltsstoffe der Speisen geben kann und diese auf der Speisekarte aufgeführt werden.

3.7. Ältere Gäste

Gäste im höheren Alter erwarten aufgrund ihrer Reiseerfahrung ein hohes Maß an Qualität, Komfort und Service, der die Erwartungen erfüllt (z. B. Lesebrillen-Set, Stock- und Schirmhalter an der Hotel-Rezeption, erhöhte Betten, persönliche Gespräche mit Mitarbeitern). Auch steigen mit dem Alter die Bedürfnisse an Sicherheit, Informationsbedarf und Preistransparenz.

3.8. Familien mit kleinen Kindern

Oft wird übersehen, dass gerade Familien – etwa mit kleinen Kindern – zu den großen Gewinnern des **Tourismus für Alle** gehören. Sie sind nach wie vor eine der größten Zielgruppen im Tourismus. Barrierefreie Angebote (z. B. ebener Zugang und Abstellmöglichkeiten für Kinderwagen oder Buggy) werden von Familien mit kleineren Kindern sehr begrüßt.



3.6. Clients avec des allergies et des intolérances nutritionnelles

Les allergies touchent désormais de nombreuses personnes. En général, chaque 4^e adulte et chaque 3^e enfant sont touchés du rhume des foins et autres. La mise en place de mesures antiallergiques permettent d'augmenter le bien-être d'un nombre important de clients. Le restaurateur créatif dispose ici d'excellentes chances de cibler un marché croissant. Le nombre de personnes présentant p.ex. une intolérance au gluten est en permanente augmentation et il n'existe pas encore beaucoup de restaurants proposant des offres pour cette clientèle. Mais c'est déjà une grande facilité pour de nombreux clients, lorsque le personnel est en mesure de fournir des informations détaillées sur les ingrédients, respectivement quand ces ingrédients figurent d'office dans les cartes de menu.

3.7. Clients âgés

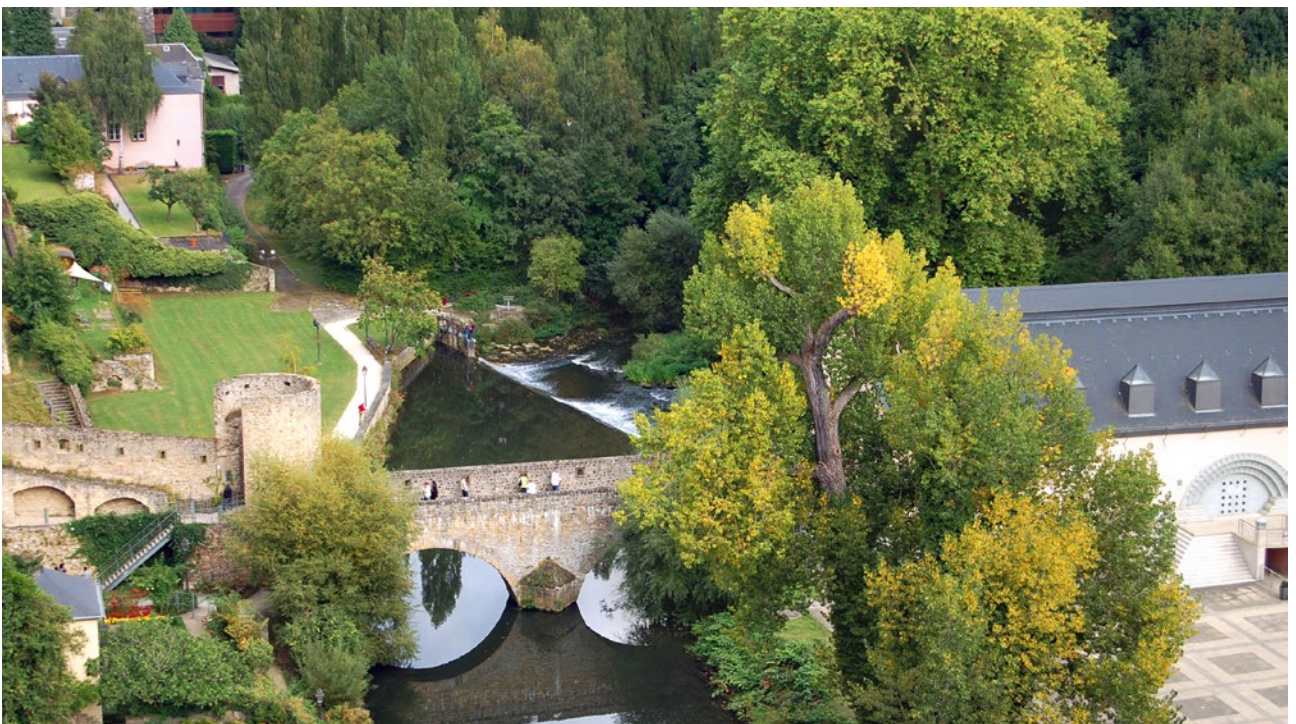
Les clients âgés disposent d'une expérience de voyage accrue et s'attendent à un niveau de qualité, de confort et à un service „inattendu“ (p.ex. set de lunettes de lecture, emplacement pour la canne ou le parapluie à la réception, lits surélevés, échanges individuels avec le personnel). En plus, le besoin de sécurité, d'information et de transparence au niveau des prix augmente avec l'âge.

3.8. Familles accompagnées d'enfants en bas âge

On a tendance à oublier que ce sont justement les familles, p.ex. avec des enfants en bas âge, qui sont les grands gagnants d'un **Tourisme pour Tous**. Elles constituent toujours une des plus importantes cibles du tourisme. Les offres accessibles (p.ex. accès et emplacements pour landau ou poussette) sont très bien accueillies par les familles avec des enfants en bas âge.

AUF DEM WEG ZUM ANGEBOT FÜR ALLE IN LUXEMBURG: Was können die Betriebe tun?

VERS UNE OFFRE POUR TOUS AU LUXEMBOURG : Que peuvent faire les entreprises ?



„Die Anforderungen so vieler unterschiedlicher Gäste zu erfüllen – das schaffe ich ja nie.“ So denken viele Anbieter.

Aber oft lassen sich schon mit kleinen Veränderungen große Wirkungen erzielen. Im laufenden Betrieb sind pragmatische Lösungen oft problemlos umzusetzen. Bei allen Bau- und Umbaumaßnahmen sollten aber die Belange der Barrierefreiheit konsequent berücksichtigt werden. Von vornherein eingeplant, sind barrierefreie Lösungen in den meisten Fällen nur mit geringen oder sogar gar keinen Mehrkosten verbunden.

« Répondre aux attentes d'un nombre si important de clients totalement différents – je n'y réussirai jamais ». C'est ce que pensent bon nombre de fournisseurs.

Mais souvent de grands effets peuvent être atteints avec un minimum de changements. La mise en place de solutions pragmatiques en plein service s'avère souvent facile. Toutefois, l'amélioration de l'accessibilité devrait être visée de façon conséquente lors de tout projet de construction ou de rénovation. Si planifiées dès le départ, les solutions accessibles n'occasionnent que très peu ou pas de coûts supplémentaires.



Attraktivität und Barrierefreiheit sind kein Widerspruch

Attraktivität und Ästhetik dürfen bei der barrierefreien Gestaltung nicht außer Acht gelassen werden. Im **Tourismus für Alle** geht es um Urlaubserlebnisse und nicht nur um die rein funktionale Zugänglichkeit und Nutzbarkeit. Daher sollten barrierefreie Angebote nicht nur funktional sondern auch schick und attraktiv sein (Design für Alle).

Ein Gast, der seinen Urlaubstag in einem Badezimmer mit „Krankenhausatmosphäre“ beginnen muss, wird sich kaum an das schöne Ambiente seines Hotels erinnern. Zudem ist es für den Hotelier fast unmöglich, ein Zimmer mit einem solchen Bad auszulasten. Jeder Gast wird sich über das zusätzliche Platzangebot und das ansprechende Design freuen.



Attraktivité et accessibilité ne sont pas des contradictions.

Il ne faut pas négliger l'attractivité et l'esthétique des réalisations accessibles. Le **Tourisme pour Tous** vise à procurer des expériences de vacances plutôt qu'une accessibilité purement fonctionnelle. Les offres accessibles ne devraient donc pas se limiter à leur fonctionnalité, mais être esthétiques et attractives (Design pour Tous). Un client qui doit démarrer sa journée de vacances dans une salle de bains avec une atmosphère d'hôpital, ne se souviendra guère de l'ambiance agréable dans son hôtel. De plus, il est pratiquement impossible pour un hôtelier de rentabiliser une telle chambre. Chaque client apprécie l'espace supplémentaire et le Design attrayant.

Hier bekommen Sie Hilfe und Unterstützung

Für die Gestaltung barrierefreier Beherbergungs-, Gastronomie- und Freizeiteinrichtungen gibt es Normen und Regeln, die Sie nicht auswendig lernen müssen. Mit ADAPTH und Info-Handicap stehen Ihnen in Luxemburg zwei Beratungsinstitute zur Seite, die Ihnen mit wertvollen Tipps bei Um- und Neubaumaßnahmen gerne weiter helfen.

Aide et soutien sont disponibles ici

Il existe des règles et des normes pour l'aménagement accessible de locaux d'hébergement, de gastronomie ou de loisirs, mais vous n'avez pas besoin de les connaître par cœur. Avec ADAPTH et Info-Handicap vous avez à vos côtés deux conseillers qui peuvent vous fournir des renseignements adaptés à vos projets de transformation et de construction.



Technische Beratung:

ADAPTH asbl
36 route de Longwy
L-8080 Bertrange

Tél: 43 95 58 - 1, Fax: 43 95 58 - 99
adapth@adapth.lu
www.adapth.lu

Conseil technique :

ADAPTH asbl
36 route de Longwy
L-8080 Bertrange

Tél: 43 95 58 - 1, Fax: 43 95 58 - 99
adapth@adapth.lu
www.adapth.lu

Allgemeine Informationen und Schulungen:

Info-Handicap
65, Avenue de la Gare
L-1611 Luxembourg

Tél: 366 466-1, Fax: 360 885
info@iha.lu
www.info-handicap.lu

Informations générales et formations :

Info-Handicap
65, Avenue de la Gare
L-1611 Luxembourg

Tél: 366 466-1, Fax: 360 885
info@iha.lu
www.info-handicap.lu





Grundregeln für barrierefreie Angebote und Dienstleistungen:

- » **Räder-Füße-Regel:** Angebote sind sowohl für Nutzer mit Rollstuhl oder Rollator als auch für gehende Besucher durchgängig nutzbar.
- » **Zwei-Sinne-Prinzip:** Informationen sind durch mindestens zwei der Sinne (Sehen, Hören, Fühlen) wahrnehmbar.
- » **KISS-Regel:** Informationen werden nach der Regel „Keep It Short and Simple“ (= „Drücke es einfach und verständlich aus“) angeboten.
- » **Individuelle-Service-Regel:** Die Mitarbeiter(innen) erkennen die individuellen Bedürfnisse der Gäste und handeln entgegenkommend und hilfsbereit.

Allgemeine Tipps für die Zugänglichkeit im Außenbereich der touristischen Einrichtung:

- » (Behinderten-)Parkplätze befinden sich in unmittelbarer Nähe zum Eingangsbereich.
- » Wege im Außenbereich haben einen festen Bodenbelag und sind gut ausgeleuchtet. Bei längeren Wegstrecken sind Sitzgelegenheiten ausreichend vorhanden.

Règles générales pour les offres accessibles :

- » **règle pieds-roues :** les offres sont entièrement utilisables par les personnes qui utilisent un fauteuil roulant ou un déambulateur ainsi que par les personnes qui marchent;
- » **principe des deux sens :** les informations sont perceptibles par au moins deux sens (la vue, l'ouïe, le toucher);
- » **règle KISS :** les informations sont mises à disposition selon le principe « Keep It Short and Simple » (exprimez-vous de façon simple et compréhensible);
- » **règle du service individualisé :** le personnel identifie les besoins particuliers des clients et agit de façon bienveillante et serviable.

Conseils généraux pour l'accessibilité des alentours de l'offre touristique :

- » des emplacements de parking (réservés) se trouvent à proximité de l'entrée;
- » les chemins extérieurs disposent d'un revêtement solide et sont bien éclairés. Sur des chemins plus longs, des possibilités pour s'asseoir sont disponibles en nombre suffisant;
- » une rampe est souvent indispensable pour les utilisateurs de fauteuils roulants, mais elle offre également un accès confortable aux bâtiments pour les clients avec un déambulateur, des valises à roulettes ou des landaus;
- » les escaliers sont équipés de mains courantes des deux côtés, les marches sont bien contrastées;
- » les numéros de chambres tactiles sont une aide précieuse;
- » les aires de manœuvre au restaurant ou dans la chambre permettent les déplacements aisés en fauteuil roulant;
- » les lits sont suffisamment hauts. Surtout les clients âgés apprécient le fait de pouvoir sortir du lit de façon aisée;

- » Eine Rampe ist für Rollstuhlfahrer oft unabdingbar, sie ermöglicht aber auch z. B. Gästen mit Rollator, Rollkoffern oder Kinderwagen den komfortablen Zugang zum Gebäude.
- » Treppen haben einen beidseitigen Handlauf, die Stufen sind kontrastreich gekennzeichnet.
- » Die Zimmernummern und die Wegweiser im Gebäude sind deutlich und gut lesbar. Tastbare Zimmernummern sind eine große Hilfe.
- » Bewegungsflächen im Restaurant oder auf dem Gästezimmer sind so bemessen, dass auch Rollstuhlfahrer problemlos manövrieren können.
- » Betten sind ausreichend hoch. Insbesondere ältere Gäste wissen es zu schätzen, wenn sie morgens bequem aufstehen können.
- » Tische sind für Rollstuhlfahrer gut unterfahrbar.
- » Eine barrierefreie Toilette bzw. ein barrierefreies Badezimmer steht dem Gast zur Verfügung. Optimalerweise verfügen sie auch über Wickeltische für Kleinkinder. Rutschfeste Fliesen und ästhetische Stütz- und/oder Haltemöglichkeiten erhöhen das Sicherheitsgefühl für ältere Gäste oder Gäste mit Gleichgewichtsproblemen.
- » Einfache Maßnahmen, wie das Bereitstellen von stabilen Tritthockern, ermöglichen kleinen Kindern (und kleinwüchsigen Erwachsenen) das Erreichen des Waschtisches und den Blick in den Spiegel.
- » In den Küchen der Ferienwohnungen sollte eine kinderfreundliche Ausstattung vorhanden sein (Wasserkocher, Flaschenwärmer, Hochstuhl, Wickeltisch, etc.).
- » Ausleihbare Lesebrillen sind preiswerte Hilfsmittel, die insbesondere von älteren Gästen gerne angenommen werden und die Serviceorientierung einer Einrichtung unterstreichen.



- » les utilisateurs de fauteuils roulants peuvent bien accéder sous les plans des tables;
- » le client dispose d'une toilette respectivement d'une salle de bains accessible. La présence d'une table à langer pour les enfants en bas âge serait idéale. Des carrelages antidérapants et des possibilités d'appui ou de soutien esthétiques augmentent le sentiment de sécurité des clients âgés ou atteints de problèmes d'équilibre;
- » des mesures simples, comme la mise à disposition de banquettes stables, permettent aux enfants et aux personnes de petite taille d'accéder au lavabo et de se regarder dans le miroir;
- » l'équipement des cuisines de logements de vacances tient compte des enfants en bas âge (chauffe-eau, chauffe-biberon, chaise surélevée, table à langer, etc...);
- » des lunettes de lecture empruntables sont des aides techniques peu coûteuses qui sont appréciées surtout par les clients âgés et soulignent une approche de l'offre touristique orientée vers un service de qualité.



Neben der baulichen Infrastruktur ist die Servicequalität von zentraler Bedeutung für die Zufriedenheit der Gäste.

Gastfreundschaft für alle Gäste bedeutet:

- » barrierefreier Zugang zu und Nutzbarkeit von Informationen, die für die Reiseplanung und während der Reise wichtig sind,
- » kundenorientierter und geschulter Service, der über die Bedürfnisse der Gäste grundsätzlich informiert ist und ihre spezifische Situation sensibel berücksichtigt,
- » respektvoller, natürlicher und ehrlicher Umgang miteinander ohne Scheu oder Bemitleidung,
- » genaue und vollständige Informationen über bestehende Dienstleistungsangebote, bauliche Gegebenheiten und Freizeitmöglichkeiten,
- » besondere Angebote wie Transportdienstleistungen z. B. Abholdienste vom Bahnhof zur Unterkunft, Gepäckservice o. ä.

A côté de l'infrastructure bâtie, la qualité de service prend une place importante pour la satisfaction des clients.

Une bonne hospitalité pour tous les clients inclut :

- » l'accès sans barrières aux informations importantes pour la planification avant et pendant le voyage;
- » un service orienté aux clients qui est basé sur une bonne connaissance des besoins des clients et tient compte de façon sensible de leur situation spécifique;
- » une attitude respectueuse, naturelle et honnête sans crainte ou sentiment de pitié;
- » des informations exactes et complètes sur les offres de services disponibles, l'environnement bâti et les possibilités de loisirs;
- » des offres complémentaires comme les transports, p.ex. les navettes entre la gare et l'hébergement, le service bagages et autres.

MARKETING IM TOURISMUS FÜR ALLE

LE MARKETING DU TOURISME POUR TOUS

.....

Gäste, die von barrierefreien Angeboten besonders profitieren, haben grundsätzlich dieselben Ansprüche wie alle anderen Gäste auch. Sie wollen sich im Urlaub erholen, wollen Natur und Kultur erkunden oder ganz einfach nur Spaß haben. Daher macht es wenig Sinn, bei der Bewerbung barrierefreier Angebote die Barrierefreiheit in den Vordergrund zu stellen. Barrierefreiheit an sich ist kein Reiseanlass, vielmehr ist es ein zusätzliches Qualitätsmerkmal, das oftmals den letzten Ausschlag für die Entscheidung gibt, den Urlaub oder einen Ausflug in Luxemburg zu verbringen.

Die Ansprache von Gästen sollte daher über Themen, Lebensstile und Interessen erfolgen. Dabei kommt es – wie in der Werbung generell – auf eine emotionale Ansprache des Gastes an, die den Wunsch zum Besuch bzw. zur Buchung des Angebotes weckt. Die bloße Vermittlung von technischen Informationen über die Zugänglichkeit (Türbreiten, Rampensteigung etc.) ist bei weitem nicht ausreichend.

Dennoch ist es für viele mobilitäts- oder aktivitätseingeschränkte Gäste wichtig, detaillierte Informationen über die Zugänglichkeit einer Einrichtung oder die Nutzbarkeit eines Angebotes zu bekommen. Neben Angaben zur Infrastruktur kommt der Kommunikation der Serviceleistungen vor Ort eine große Bedeutung zu. Ebenso wichtig wie die Detailschärfe der Beschreibungen, die die unterschiedlichen Anforderungen der unterschiedlichen Nutzergruppen beachtet, ist eine eindeutige und vor allem verlässliche Information. Ein Leistungsträger sollte sich nicht scheuen, Barrieren in seinem Angebot offen zu benennen, damit der Gast entscheiden kann, ob er das Angebot wahrnimmt oder nicht.

Les clients qui profitent plus particulièrement des offres accessibles ont généralement les mêmes attentes que tous les autres clients. Ils veulent se ressourcer pendant leurs vacances, veulent explorer la nature et la culture ou tout simplement se divertir. Il n'est donc pas très raisonnable de mettre en avant l'accessibilité dans la communication d'offres accessibles. L'accessibilité à elle toute seule n'est pas un motif de voyage, mais plutôt un facteur qualitatif supplémentaire qui, souvent, confirme la décision de faire des vacances ou une excursion au Luxembourg.

La proposition aux clients devrait donc se faire via les thèmes, les styles de vie et les préférences. Ces propositions – tout comme dans toute publicité en général – ciblent les émotions du client qui influencent son souhait de visiter ou de réserver une offre touristique. La seule transmission d'informations techniques sur l'accessibilité (largeurs de portes, pente des rampes, etc.) est largement insuffisante.

Il est néanmoins important pour de nombreux clients de disposer d'informations détaillées sur l'accessibilité d'une infrastructure ou de l'utilisabilité d'une offre. À côté des données sur l'infrastructure, la communication sur la disponibilité de services sur place revêt une importance primordiale. Des informations, exactes et avant tout fiables sont aussi importantes que les descriptifs détaillés basés sur les besoins variés des divers clients. Un fournisseur ne devrait pas hésiter à mentionner ouvertement d'éventuelles barrières dans son offre afin de permettre au client de décider si l'offre lui convient.

Neben der inhaltlichen Dimension des Außenmarketings gibt es zudem eine technische, die im barrierefreien Tourismus eine besondere Rolle spielt. Werbemittel – egal ob im Print- oder Onlinebereich – müssen so gestaltet sein, dass sie von den Gästen auch barrierefrei zugänglich und nutzbar sind.

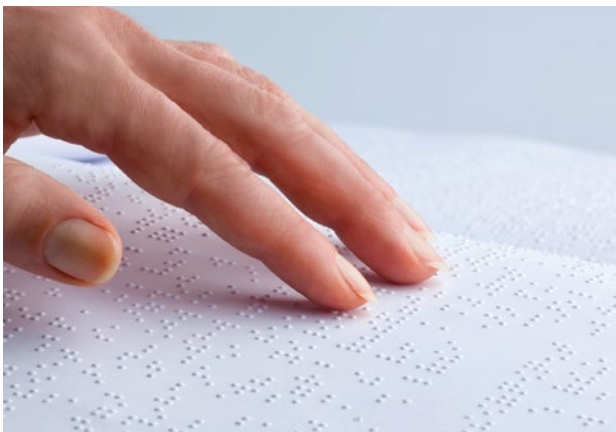
Tipps für Flyer, Broschüren und Internetseiten:

- » Die Schrift ist ausreichend groß und kontrastiert zum Hintergrund.
- » Linksbündiger Flattersatz ist deutlich besser zu lesen als Blocksatz.
- » Text und Bild sind getrennt, die Schrift läuft nicht über Bildhinterlegern.
- » Gedruckte Informationen sollten auch im Internet verfügbar sein (blinde Gäste können sie sich so vom Computer vorlesen lassen).
- » Die Informationen auf der Webseite müssen aktuell und verlässlich sein.
- » Links auf externe Informationen (z. B. zu EureWelcome) sind gesetzt.
- » Ein Menüpunkt für barrierefreie Angebote ist vorhanden.
- » Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Barrierefreiheit stellen sehr ähnliche Ansprüche an die Programmierung einer Webseite. Sprechen Sie mit Ihrer Agentur über beide Punkte.

A côté de l'importance des contenus du marketing, il faut également tenir compte de la dimension technique. Les supports publicitaires – qu'ils soient imprimés ou en ligne – doivent être conçus de sorte à être utilisables par les clients.

Conseils pour dépliants, brochures, sites Internet :

- » la police est suffisamment grande et bien contrastée par rapport à l'arrière-fond;
- » l'alignement des textes à gauche se lit bien mieux que les paragraphes alignés des deux côtés;
- » les textes et les images sont séparés, le texte n'est pas imprimé sur des images;
- » les informations écrites doivent également être disponibles sur Internet (les clients aveugles peuvent alors les faire lire par leur ordinateur);
- » les informations sur Internet doivent être actualisées et fiables;
- » les liens vers des informations externes (p.ex. label EureWelcome) doivent être actifs;
- » un onglet particulier pour les offres accessibles doit figurer dans le menu;
- » l'optimisation du référencement naturel et l'accessibilité demandent une programmation assez similaire des sites Web. Parlez-en à votre agence.





Für Gäste mit besonderen Ansprüchen sind detaillierte Informationen über die Zugänglichkeit, Nutzbarkeit und Erlebbarkeit einer Einrichtung sehr wichtig. In Luxemburg steht dafür das EureWelcome-Label zur Verfügung.

Wenden Sie sich an Info-Handicap, um Ihre Einrichtung erheben und zertifizieren zu lassen. Dabei bekommen Sie wertvolle Tipps zur Verbesserung der Barrierefreiheit und werden in die EureWelcome-Datenbank aufgenommen. So findet der Gast schnell und übersichtlich alle Informationen über Ihre Einrichtung, die er benötigt.

INFO-HANDICAP

65, Avenue de la Gare
L-1611 Luxembourg
Tél.: 366 466-1
Fax.: 360 885
info@iha.lu
www.info-handicap.lu
www.welcome.lu/index.php/welcome-lu-database

Pour les clients à besoins spécifiques, les informations détaillées sur l'accessibilité d'une offre touristique sont très importantes. Au Luxembourg, le label EureWelcome y est dédié.

Contactez Info-Handicap pour faire analyser et certifier votre offre. Vous recevrez des conseils importants pour l'amélioration de l'accessibilité de votre offre et serez repris dans la base de données EureWelcome. De cette façon le client peut facilement trouver les informations dont il a besoin.

INFO-HANDICAP

65, Avenue de la Gare
L-1611 Luxembourg
Tél.: 366 466-1
Fax.: 360 885
info@iha.lu
www.info-handicap.lu
www.welcome.lu/index.php/welcome-lu-database



attribué par:



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Économie





LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Économie