

Information

des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes e.V. (DEHOGA Bundesverband)

zum Beitrag des Referates II A 4 des BMWi zum Thema

„Barrierefreier Tourismus in Deutschland“

**für den Behindertenbericht der Bundesregierung
für die 16. Legislaturperiode**

1. Die Rolle des DEHOGA im Zusammenhang mit „barrierefreiem Tourismus“

Der DEHOGA ist die Interessenvertretung der Hoteliers und Gastronomen in Deutschland. Insbesondere seit dem Gesetzgebungsverfahren zum Behindertengleichstellungsgesetz (BGG) in den Jahren 2001/2002 steht Barrierefreiheit im Gastgewerbe kontinuierlich als Branchenthema auf der Verbands-Agenda. Das bedeutet, Landesverbände und Mitglieder werden kontinuierlich über Entwicklungen in diesem Bereich informiert und dauerhaft für das Thema sensibilisiert. Im Bundesverband und in den Landes- und Fachverbänden gibt es Ansprechpartner entsprechend der jeweiligen Betroffenheit und der regionalen Leistungsfähigkeit. Mitglieder werden bei Anfragen informiert und beraten. In den Jahren 2004 und 2005 wurden dazu jeweils in Kooperation mit Behindertenverbänden zwei Projekte („Gastfreundschaft für Alle!“ sowie der Abschluss der Zielvereinbarung Barrierefreiheit) durchgeführt. Beide Projekte werden nachhaltig weiter begleitet.

2. „Gastfreundschaft für Alle!“

Um die gastgewerblichen Betriebe und die im Tourismus Beschäftigten bei der Bewältigung dieses für viele neuen Themas zu unterstützen, hat der DEHOGA Bundesverband zwischen November 2004 und Juni 2005 gemeinsam mit der Nationalen Koordinationsstelle Tourismus für Alle e.V. (NatKo) und unterstützt durch das damalige Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit die Modellseminare „Gastfreundschaft für Alle! – Marktchancen eines barrierefreien Tourismus nutzen“ durchgeführt. In insgesamt 30 ganztägigen Seminaren bundesweit wurden rund 450 Hoteliers, Gastronomen, gastgewerbliche Beschäftigte, Mitarbeiter in Tourismusverbänden und andere geschult.

Die Seminarinhalte reichten von der Vermittlung von Kenntnissen über einschlägige Gesetze und Normen, Architektur, Gestaltung und Infrastruktur über Besonderheiten in Kommunikation, Marketing und Service bis hin zu praktischen Simulationsübungen. Wo immer möglich erfolgte dies in Kooperation mit lokalen Behindertenverbänden oder Behindertenbeauftragten, den Kommunen oder der lokalen Agenda 21. Ziel der Seminarreihe waren neben der Information und Wissensvermittlung auch Sensibilisierung und Netzwerkbildung. Die Veranstalter haben einen eigenen Schulungsfilm produziert, der auch nach Abschluss der Modellseminare bundesweit ausgeliehen werden kann. Um die Nachhaltigkeit des Projektes zu sichern, kann das Schulungskonzept für regional organisierte Nachfolgeveranstaltungen übernommen werden.

Aktuell:

Die aktuelle Studie des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie „Barrierefreier Tourismus für Alle in Deutschland – Erfolgsfaktoren und Maßnahmen zur Qualitätssteigerung“ von September 2008 benennt Qualifizierungsmaßnahmen als Erfolgsfaktor von herausragender Bedeutung (S. 31). Die Modellseminare „Gastfreundschaft für Alle!“ werden als die Grundlage für die heute stattfindenden

Qualifizierungsmaßnahmen in den Ländern bezeichnet. Auch die Seminare des DSFT, bei dem der DEHOGA Bundesverband einer der Trägerverbände ist, gehen inhaltlich auf „Gastfreundschaft für Alle!“ zurück.

Aus Sicht des DEHOGA Bundesverbandes ist es wichtig, dass „Gastfreundschaft für Alle!“ oder ähnliche Angebote, die fundiertes Wissen vermitteln, in den Tourismusregionen vor Ort fortgeführt werden. Die „Initialzündung“ durch die Modellseminare muss zu „Flächenbränden“ führen. Die Erfahrung hat gezeigt, dass dies nur mit persönlichem Engagement erfolgreich gemeistert werden kann. Die Unterstützung der Tourismuspolitik ist hierfür erforderlich.

3. Zielvereinbarung über die standardisierte Erfassung, Bewertung und Darstellung barrierefreier Angebote in Hotellerie und Gastronomie

Nach mehr als einjährigen Gesprächen haben am 12. März 2005 DEHOGA Bundesverband und Hotelverband Deutschland (IHA) mit dem Sozialverband VdK Deutschland, der BAG Selbsthilfe, dem Deutschen Gehörlosen-Bund, dem Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverband und der Interessenvertretung Selbstbestimmt Leben eine Zielvereinbarung nach § 5 Behindertengleichstellungsgesetz abgeschlossen. Hierbei handelt es sich nach wie vor um die einzige bundesweit geltende, branchenumfassende Zielvereinbarung überhaupt.

Gegenstand der Zielvereinbarung sind Mindeststandards für barrierefreie Unterkünfte und Bewirtungen in fünf verschiedenen Kategorien entsprechend der Art der Behinderung. Ziel ist es, behinderten Gästen verlässliche Information für die Planung ihrer Urlaubs- oder Geschäftsreisen oder Restaurantbesuche an die Hand zu geben. Auch Hoteliers und Gastronomen sollen sich an klaren Standards orientieren können. Deshalb sind die Standards mit Checklisten für die Überprüfung und mit Piktogrammen für die Kennzeichnung hinterlegt.

Die Einstufung erfolgt im Wege der Selbstüberprüfung, denn bestehende Zertifizierungsverfahren haben gezeigt, dass diese aufgrund des immensen Kostenaufwandes keine Akzeptanz bei den Anbietern finden. Etwas anderes gilt nur dort, wo Landesregierungen (Bayern), touristische Regionen (Sachsen, Brandenburg) oder DEHOGA-Landesverbände (Baden-Württemberg) aus eigenen oder öffentlichen Mitteln Überprüfung finanzieren. Zur Absicherung haben Wirtschafts- und Behindertenverbände ein Beschwerdemanagement geregelt. Eine Arbeitsgruppe tagt zweimal jährlich. Eine wichtige Herausforderung bleibt die Sicherstellung der Verlässlichkeit der Informationen zur Barrierefreiheit in diesen Medien und darüber hinaus auch in anderen Informationen, wie z.B. regionalen Gastgeberverzeichnissen.

Der DEHOGA hat die Standards der Zielvereinbarung 1:1 in die Deutsche Hotelklassifizierung („Hotelsterne“) sowie in den „Deutschen Hotelführer“ und die Internetplattformen www.hotelguide.de und www.hotellerie.de integriert. Die Behinder-

tenverbände haben zum Teil erweiterte Erläuterungen zur Umsetzung der Standards zur Verfügung gestellt. Seit März 2005 sind die Inhalte der Zielvereinbarung auch Bestandteil der Seminare „Gastfreundschaft für Alle!“.

Aktuell:

Derzeit bereiten die Zielvereinbarungspartner die Weiterentwicklung dieser Zielvereinbarung vor.

Anlass ist der offensichtliche Bedarf einer Reihe von Hotels, auch ein barrierefreies Angebot, das unterhalb der Schwelle der Kriterien der Zielvereinbarung und damit auch unterhalb der geltenden DIN liegt, angemessen zu vermarkten.

Nach der festen Überzeugung der Zielvereinbarungspartner, die auch durch die beiden Studien des BMWi von 2003 und 2008 bestätigt wird, sollte im Interesse der behinderten Gäste wie der gastgewerblichen Unternehmen an dem Ziel einer bundesweit einheitlichen Kennzeichnung von barrierefreien Hotels und Restaurants unbedingt festgehalten werden. Wünschenswert wäre es nach unserer Auffassung darüber hinaus, dass sich auch andere touristische Bereiche in ähnlich grundsätzlicher Weise mit dem Thema Barrierefreiheit befassen, um hier eine Darstellung der gesamten touristischen Servicekette „aus einem Guss“ möglich zu machen.

Ziel der Weiterentwicklung der Zielvereinbarung ist es daher, den Tourismusverbänden und -vermarktern, die schon bisher die Standards und Piktogramme der Zielvereinbarung genutzt haben, zu ermöglichen ihre Publikationen auf eine breitere Basis von Unternehmen zu stellen. Für die Bundesländer und Regionen, die bislang noch eigene Piktogramme, teils mit, teils ohne zugrunde liegende Standards, verwenden, soll so ein zusätzlicher Anreiz gesetzt werden, sich an einem bundesweiten System zu beteiligen.

Die derzeit zu beobachtende Tendenz zu immer mehr und immer neuen Piktogrammen, Standards und „Zertifizierungen“ ohne belastbare Inhalte erfüllt die Zielvereinbarungspartner mit Sorge.

Barrierefreie Angebote sind für Gäste nur dann transparent, wenn sie ohne unnötigen Recherche- und Leseaufwand auffindbar und nachvollziehbar sind. Dazu gehört selbstverständlich eine sinnvolle Vermarktung über Print- und/oder Onlinerepublikationen, wie sie die Tourismusmarketingorganisationen vielfach schon in vorbildlicher Weise leisten. Ebenso gehört es aber nach unserer festen Überzeugung dazu, dass die ein barrierefreies Angebot kennzeichnenden Symbole sowie die Inhalte, die hinter den Symbolen stehen, nachvollziehbar und nach dem vom Bundesgesetzgeber dafür vorgesehenen Verfahren mit den anerkannten Behindertenverbänden abgestimmt sind. Auch ist nach unserer Überzeugung den Gästen nicht damit gedient, wenn sie sich in jedem Bundesland mit anderen Piktogrammen und anderen Standards auseinandersetzen müssen. Auch für Hotels und Restaurants, insbesondere wenn sie überregional oder bundesweit tätig sind, ist es für die Auseinandersetzung mit dem Thema Barrierefreiheit nicht hilfreich, wenn es hier eine Vielzahl unterschiedlicher Lösungen gibt.

Folgende Veränderungen planen die Zielvereinbarungspartner konkret:

- Im Rahmen einer Anlage zur Zielvereinbarung sollen den einzelnen Standards jeweils zusätzliche Piktogramme zugeordnet werden, die in einer Ecke ein „i“ enthalten. Dieses „i“ steht für Information.
- Dahinter steht der Aussagegehalt, dass das betreffende Haus zwar nicht den Standard der jeweiligen Kategorie voll erfüllt, aber dennoch ein qualifiziertes barrierefreies Angebot bereit hält.
- Das Tragen dieses „i-Piktogrammes“ ist an die Voraussetzung und an den deutlichen und konkreten Hinweis gebunden, dass die Abweichungen vom Standard an einer gut zugänglichen Stelle für den Nutzer nachvollziehbar dargestellt sind. Das kann eine Print-Broschüre sein, ebenso wie eine (idealer Weise barrierefreie) Webseite.
- Es muss aus der Darstellung klar hervorgehen, dass die „i-Angebote“ nicht ein Mehr, sondern ein Weniger an Barrierefreiheit bieten.
- Wir beabsichtigen - zumindest für den Bereich der rollstuhlgerechten Hotels und Restaurants - wenige Einstiegsriterien zu definieren, ohne die ein Tragen des „i-A“ Piktogrammes nicht zulässig ist. Dies werden voraussichtlich sein eine Türbreite von mindestens 70 cm sowie maximal 1 Stufe bei den notwendigen Zugängen, da ohne dies von einer Nutzbarkeit keine Rede sein kann.
- Die Berechtigung zum Tragen der „i-Piktogramme“ ist weiter daran gebunden, dass das betreffende Haus selbst, die Klassifizierungsgesellschaft oder die Tourismusmarketing-Gesellschaft mindestens die in den von den Zielvereinbarungspartnern erarbeiteten Checklisten enthaltenen Maße erfasst hat. Zusätzliche Fragen sind selbstverständlich möglich.
- Der DEHOGA kann ausschließlich für Hotellerie und Gastronomie, nicht für andere touristische Einrichtungen wie Ferienwohnungen, Campingplätze, Sehenswürdigkeiten oder Tourist-Informationen sprechen.

Um dem berechtigten Interesse der touristischen Vermarkter an einer einheitlichen Darstellung aller touristischen Angebote entgegenzukommen, haben die Branchenverbände sich jedoch mit den Partnern bei den Behindertenverbänden sowie mit dem Matthaes Verlag als Rechte-Inhaber an den Piktogrammen darauf verständigt, dass die Marketing-Organisationen, soweit die Standards kompatibel sind, die Piktogramme auch für die Darstellung anderer touristischer Angebote einsetzen können. Erforderlich wäre dann aber ein entsprechender Hinweis, dass die Zielvereinbarung nur für Hotellerie und Gastronomie gilt und die Standards auf andere Einrichtungen sinngemäß übertragen wurden. Es obliegt den Tourismusvermarktern zu entscheiden, ob sie bei solchen anderen Einrichtungen mit anderem Fokus sinnvoller Weise ergänzende Anforderungen stellen (z.B. bei

Ferienwohnungen hinsichtlich einer barrierefreien Küche oder bei Campingplätzen hinsichtlich der Beschaffenheit des Geländes). Die Behindertenverbände haben ihre Absicht bekundet, auch mit den dort zuständigen Verbänden in Zielvereinbarungsverhandlungen einzutreten.

Die weiteren Details der Weiterentwicklung (z.B. die Definition der Einstiegs Kriterien sowie die Frage, ob es eine Kategorie „i-B“ geben kann) wird in der nächsten Sitzung der Arbeitsgruppe Zielvereinbarung Barrierefreiheit am 5. November 2008 beraten werden. Wir hoffen, dass wir im Nachgang zu dieser Sitzung kurzfristig die fertige Anlage zur Zielvereinbarung werden präsentieren können.

Verfügbarkeit und Verlässlichkeit von Informationen über barrierefreie Angebote in Hotellerie und Gastronomie waren das zentrale Anliegen der Zielvereinbarung. Mit den Standards und Checklisten sowie der Implementierung in bestehende Systeme (Hotellklassifizierung, Hotelführer) steht auch das richtige Instrumentarium zur Verfügung, um dies in die Tat umzusetzen.

Als schwieriger als ursprünglich erwartet erweist sich die Sicherstellung der Richtigkeit der verbreiteten Informationen. Anbieter wissen häufig nach wie vor nicht, welche konkreten Inhalte sich hinter den - anspruchsvollen - Barrierefreiheits-Kategorien verbergen. Der Nachfragerseite geht es offenbar ähnlich. Maßnahmen der Wirtschaftsverbände (Einziehen von zusätzlichen Informations- und Bestätigungsschritten) sowie der Behindertenverbände (gezielte Anfragen) zur Nachjustierung haben noch nicht das erhoffte Ergebnis gebracht. Hier muss weiter an der Umsetzung und Information gearbeitet werden.

Ein Zertifizierung oder ein Gütesiegel halten die beteiligten Wirtschafts- und Behindertenverbände aufgrund der dadurch notwendiger Weise entstehenden Kostenschwelle übereinstimmend für keine Alternative. Eine ehrenamtliche Überprüfung oder eine systematisierte und koordinierte Nachfrage ist von Seiten der Verbände kaum bzw. nur im Einzelfall leistbar. Im Prozess der Zielvereinbarungsgespräche war seinerzeit über eine Verifizierung durch eine konzertierte und fachlich fundierte Call-Center-Aktion gesprochen worden. Dies ist aber für keinen der beteiligten Partner auch nur im Ansatz leist- oder finanzierbar.

Für absolut nicht zielführend erachten die Zielvereinbarungspartner Ansätze, schon für die bloße Teilnahme an Schulungen (QMB-Siegel in Mecklenburg-Vorpommern) ein Siegel oder Label zu vergeben. Qualifizierungen sind wichtig, um Unternehmer und Mitarbeiter für das Thema Barrierefreiheit zu sensibilisieren und darüber informieren. Labels wie „unbehindert miteinander“ können auch ein wichtiges Signal setzen, dass der jeweilige Betrieb Kunden oder Gästen mit Behinderung vorurteilsfrei und dienstleistungsorientiert gegenübertritt. Keinesfalls sind bloße Schulungen aber geeignet, dem behinderten Gast Informationen über die Nutzbarkeit und die konkreten Inhalte des Angebots zu geben. Genau dies ist es aber, was ein Label oder Siegel leisten können muss. Das heißt konkret, dass nach unserer festen Überzeugung jedes Label, Piktogramm oder Symbol zwingend mit erkennbaren und nachvollziehbaren Kriterien oder Standards hinterlegt sein muss.

4. Herausforderungen für die Zukunft

Der DEHOGA geht nach wie vor davon aus, dass der barrierefreie Tourismus für ältere und behinderte Gäste weiteres Potenzial hat, das es zu erschließen gilt. Herausforderungen und Handlungsbedarf besteht aus unserer Sicht insbesondere in folgenden Bereichen:

a. Verbesserung der Akzeptanz für das Thema barrierefreies Reisen in der allgemeinen Öffentlichkeit und der Fachöffentlichkeit

Durch eine Vielzahl von Aktivitäten der Politik, der Tourismus- und Behindertenverbände, durch mediale Aufmerksamkeit und Diskussion des Themas in der Öffentlichkeit hat sich das Wissen über das Thema Barrierefreiheit in der gastgewerblichen Fachöffentlichkeit bereits stark vergrößert. Anlässe wie das Europäische Jahr der Menschen mit Behinderungen 2003 haben dazu sicherlich beigetragen. In gastgewerblichen Fachzeitschriften wurde und wird regelmäßig berichtet und Best-Practice-Beispiele dargestellt. Auch der DEHOGA hat durch die Berichterstattung über seine Projekte und wiederholte Beleuchtung des Themas in den verschiedensten Gremien dazu beigetragen, dass Barrierefreiheit als wichtiger Baustein für Gastorientierung wahrgenommen wird. Der Erfolg ist erkennbar, Barrierefreiheit gilt nicht mehr nur als Randgruppenthema. Dies reicht jedoch noch nicht aus.

Auf emotionaler Ebene ist eine positive Einschätzung der Zielgruppe erforderlich. Diese kann durch einen stärkeren Fokus auf den Aspekt Senientourismus erfolgen. Aber auch positive Reaktionen aus Gästekreisen auf erfolgte Verbesserungen sind essentiell. Auch in den Köpfen der nicht behinderten Gäste muss sich die Akzeptanz behinderter Gäste verbessern, anderenfalls geht der Anbieter, der barrierefreie Angebote schafft, das Risiko ein, andere Gäste zu verlieren. Dies zu fördern, ist Aufgabe von Politik und Gesellschaft.

Gesetzliche Vorgaben dagegen werden nach unserer Erfahrung von Seiten der Anbieter als Zwangsmittel wahrgenommen und führen grundsätzlich eher dazu, dass mentale Barrieren errichtet und freiwillige Maßnahmen reduziert werden. Gerade bei der Schaffung und Vernetzung touristischer Angebote ist aber ein investitionsfreundliches Klima zwischen allen Beteiligten essentiell. Erfolg versprechende staatliche bzw. kommunale Maßnahmen auf dem Weg zu einem barrierefreien Tourismus für Alle sind dagegen Imagekampagnen, Investitionsanreize und die Schaffung einer besseren Infrastruktur.

b. Absicherung der ökonomischen Perspektiven

Voraussetzung für den Ausbau barrierefreier Angebote ist, dass das ökonomische Interesse der gewerblichen Anbieter geweckt wird. Nach wie vor ist es so, dass Maßnahmen zur Barrierefreiheit erhebliche Investitionen verursachen. Zwar ist es richtig, dass, wer gleich beim Neubau oder bei größeren Umbaumaßnahmen barrierefrei plant, Kosten sparen kann. Barrierefreiheit gibt es jedoch nicht zum Nulltarif und insbesondere das nachträgliche Umrüsten ist sehr kostenintensiv und teilweise nahezu unmöglich. Auch der erhöhte Platzbedarf, den rollstuhlgerechte Zimmer mit sich bringen, stellt einen Kostenfaktor dar. Dies stellt für viele Unternehmen eine große Hürde dar. Die Zahl der Anbieter innovativer barrierefreier Ausstattungen wächst, auch außerdem des klassischen Reha-Bereichs. Die Zahl der Architekten, die zumindest Teilkenntnisse vorweisen können, steigt ebenfalls. Eine weiter verbesserte Produktpolitik der Zulieferindustrie und eine intensiviertere Aus- und

Weiterbildung der Architekten, Ausstatter und Einrichter unter Einschluss von Kostengesichtspunkten würde für Durchsetzbarkeit sorgen. So darf z.B. das barrierefreie Bad im Hotelzimmer im Idealfall nicht als dieses erkennbar sein.

Zweifelsohne wäre auch die öffentliche Förderung des Ausbaus barrierefreier Angebote in bestehenden Betrieben nicht nur wünschenswert, sondern würde die Schaffung von Barrierefreiheit in vielen Fällen erst ermöglichen. Kein Hotelier oder Gastronom, der außerhalb des Bereiches von gemeinnützigen oder sozialen Einrichtungen tätig ist, kann Investitionen das Wort reden, die sich nicht rentieren.

c. Bildung von barrierefreien Regionen und Schwerpunktangeboten

Die Vernetzung vor Ort ist eine zwingende Voraussetzung für eine funktionierende barrierefreie Servicekette, für funktionierende Qualifikationsmaßnahmen, Informations- und Marketingsysteme und Öffentlichkeitsarbeit. Der Ausbau lediglich einzelner Angebote in der Tourismuskette zu barrierefreien Angeboten nützt weder dem mobilitätseingeschränkten Gast, noch dem Anbieter, da die Nutzungs- und somit auch die Vermarktungsmöglichkeiten stark eingeschränkt sind. Hier sind die regionalen Tourismusverbände gefordert, Modellregionen zu installieren und auszubauen und über diese zielgruppengerecht zu informieren. Die Gründung der „AG barrierefreie Reiseziele“ im März 2008 ist aus unserer Sicht ein Schritt in die richtige Richtung.

Hierbei sollte man durchaus im Blick haben, dass ein fokussiertes und optimiertes Angebot sowohl für den Nutzer (Breite des Angebots), als auch für die Anbieter (ökonomische Chancen) reizvoller ist als der vergebliche Versuch, überall für jede Behinderungsart ein Angebot vorzuhalten. Damit ist selbstverständlich nicht gesagt, dass nicht eine flächendeckende Grundversorgung erstrebenswert ist.

d. Qualifizierung

Mit den Modellseminaren „Gastfreundschaft für Alle!“ haben DEHOGA und NatKo einen großen Schritt für die Qualifizierung von Unternehmern und Mitarbeitern in Sachen Barrierefreiheit getan. Dies muss weiter vorangetrieben werden. Da, wo der DEHOGA Einfluss auf die Aus- und Weiterbildung junger Fachkräfte hat, platziert er das Thema selbstverständlich weiterhin. In den eigenen Weiterbildungsinstitutionen der Untergliederungen ist Barrierefreiheit ebenfalls präsent. Auch über die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wird das Thema weiter forciert.

e. Professionalisierung des Marketings

Die Vermarktung barrierefreier Angebote muss verbessert werden. Vermittlung von Kenntnissen in diesem Bereich war ebenfalls ein Bestandteil der Seminarreihe „Gastfreundschaft für Alle!“. Es lässt sich aber feststellen, dass die Erstellung sinnvoll konzipierter Informationen über ihr barrierefreies Angebot und insbesondere auch die Entwicklung eines barrierefreien Internetauftritts kleinere Anbieter bei weitem überfordert. Daher sollte die Vermarktung, entweder über Spezialbroschüren oder im Wege eines sorgsam konzipierten integrativen Ansatzes, verstärkt über die Informationsmedien der Tourismusregionen und ggf. ein spezielles, zentrales Internetportal erfolgen. Auch die Einrichtung einer zentralen Datenbank wäre zu überdenken.

f. Verbesserung der Kommunikation

Die Kommunikation zwischen gastgewerblichen Unternehmen und behinderten Gästen/Behindertenverbänden muss sich verbessern. Hotellerie und Gastronomie sind an der Intensivierung des Dialogs mit allen Beteiligten interessiert. Es müssen gemeinsame Lösungen gesucht werden, wie schneller und besser barrierefreie Angebote neu geschaffen und handicapfreies Reisen zum Markenzeichen des Tourismus in Deutschland wird. Erfreulich ist, dass vielfach in Gesprächen mit Behindertenorganisationen großes Verständnis für die wirtschaftliche Situation der Betriebe aufgebracht wird.

Vielfach haben sich aus persönlichem Engagement Arbeitskreise o.ä. entwickelt. Die Netzwerkbildung stellte auch ein zentrales Ziel des Projektes „Gastfreundschaft für Alle!“ dar. Es ist nun an den Akteuren vor Ort, erste Kontakte zu tragfähigen Strukturen auszubauen (soweit noch nicht vorhanden), aus denen Aktivitäten erwachsen können.