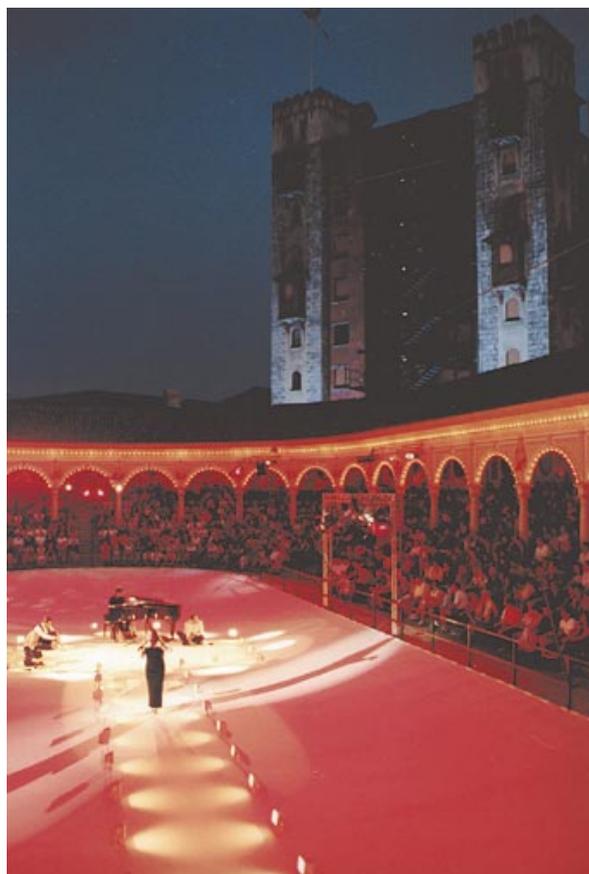


Freizeit- und Erlebnisparks

Uwe Fichtner



Musicalnacht in der spanischen Arena des EUROPA-PARK, Rust

Wer an einem Sommerwochenende seine vier Wände verlassen möchte, um etwas zu unternehmen, wird unweigerlich auf das Angebot der zahlreichen Freizeit- und Erlebnisparks in Deutschland stoßen. Mancher mag den Gedanken an einen Besuch sogleich wieder verwerfen, weil diese Art von Ausflugsziel weniger seinen Vorstellungen entspricht. Da Freizeitparks aber der ganzen Familie etwas bieten möchten, können sie mit ihrer spezifischen Infrastruktur unterschiedliche Ansprüche von Jung und Alt zufrieden stellen. Ihre Bandbreite reicht vom kleinen Märchengarten, angegliedert an eine Ausflugsgaststätte, bis zur Großanlage mit mehreren Millionen Besuchen im Jahr.

Freizeit- und Erlebnisparks sind kommerzielle private Unternehmen, die Gewinne erwirtschaften müssen. Auf einem abgegrenzten Areal mit überwiegend fest installierten Einrichtungen offerieren sie ihrer Kundschaft gegen Entgelt Unterhaltung, Entspannung und Information. Da sie keine öffentlichen Subventionen erhalten, stehen sie auf dem Markt der Freizeitangebote im Wettbewerb mit vielfältigen anderen Aktivitäten und Zielen.

Weltweit weisen sie ein ähnliches, teilweise standardisiertes Angebot aus folgenden Elementen auf: Vielfältige technische Fahrgeschäfte und Spielgeräte, wie z.B. Achterbahnen, Wasserrutschen, Simulatoren, Karussells etc., erzeugen die unterschiedlichsten motorischen, akustischen und optischen Reize bei Nutzern und Zuschauern. Sie werden durch Multimedia-Shows, Events, 3-D-Kinos oder andere Präsentationen ergänzt. Diese sogenannten Attraktionen sind meist in Park- oder Grünanlagen eingebettet, um Natur, Technik und Kultur zu inszenieren – je nach Gusto des Parkbetreibers. Von Volksfesten und vom Zirkus (LANQUAR 1991, S. 19) haben Freizeitparks die Rezeptur für die Inszenierung von Fahrgeschäften und sensationellen Darbietungen übernommen. Landschaftsgärten und Filmarchitektur liefern Vorbilder für die Gestaltung von Geländen und Gebäuden.

Strukturen eines marktorientierten Freizeitangebotes

Zwar stehen die großen Vorbilder für die Erlebnisparks in den USA, ihre Wurzeln liegen aber durchaus in Europa (MICHNA 1985). Im Gegensatz zu den amerikanischen sind die deutschen Un-

Zur Besuchsstatistik

Die Summe aller Eintritte bildet das **Besuchsvolumen** einer Freizeiteinrichtung, das immer auf eine bestimmte Zeitdauer bezogen ist. Es kann als tägliches, saisonales oder jährliches Besuchsaufkommen ausgedrückt werden.

Unter **Besuchsfrequenz** ist die Anzahl der **Besuche** ein und derselben Person pro Zeiteinheit zu verstehen. Während man ein Museum meist nur einmal innerhalb von Jahren aufsucht und mit wachsenden Besuchsintervallen die Besuchsfrequenz absinkt, werden Schwimmbäder von denselben Personen oft mehrmals in kurzen Abständen besucht. Das Produkt aus durchschnittlicher Besuchsfrequenz und Anzahl der Besucher pro Zeiteinheit ergibt wiederum das Besuchsvolumen einer Einrichtung.

Die **Ausschöpfungsquote** bezeichnet den Prozentsatz der Bevölkerung eines Gebietes, der durch eine Einrichtung oder Veranstaltung erreicht wird, d.h. diese z.B. einmal im Jahr besucht.

ternehmen kleine bis mittelständische Familienbetriebe, die oft aus dem Kreis des Schaustellergewerbes stammen oder Erfahrung in verwandten Branchen wie dem Showgeschäft oder den Medien gesammelt haben. Der Europa-Park im badischen Rust verzeichnet als Marktführer in Deutschland über 3 Mio. Eintritte pro Jahr. Dagegen zählte der Disney Konzern 1998 in Anaheim in Kalifornien 13,7 Mio. Besuche und meldete von seinem Flaggschiff MAGIC KINGDOM aus Florida mit 15,6 Mio. Eintritten einen Spitzenwert, der auch den Besucherstärksten Park in Europa, DISNEYLAND PARIS mit 12,5 Mio., deutlich in den Schatten stellt.

Während Schausteller, Beschicker von Volksfesten, Messen, Wanderzirkuse u.ä. mit ihren mobilen Attraktionen von Ort zu Ort der dort konzentrierten Nachfrage hinterherziehen, reist bei den Freizeitparks die Kundschaft zum Angebotsstandort an, und es entfallen die mit Transport, Auf- und Abbau verbundenen Kosten sowie Ausfallzeiten ohne Einnahmen. Da zwischen 70% bis 80% des Publikums mit dem eigenen Kraftfahrzeug kommen, bilden eine gute Verkehrsanbindung und eine ausreichende Anzahl an Parkplätzen unerlässliche Voraussetzungen. Etwa

7% bis 8% der Bevölkerung Deutschlands besuchen mehr oder weniger regelmäßig im Jahr Freizeitparks (OPASCHOWSKI 1995, S. 7). Aufgrund ihrer Genese als Ausflugsziele haben die meisten Freizeit- und Erlebnisparks in Deutschland nur über die Sommermonate geöffnet, und ihre Hauptsaison ist identisch mit der Zeit der Schulferien.

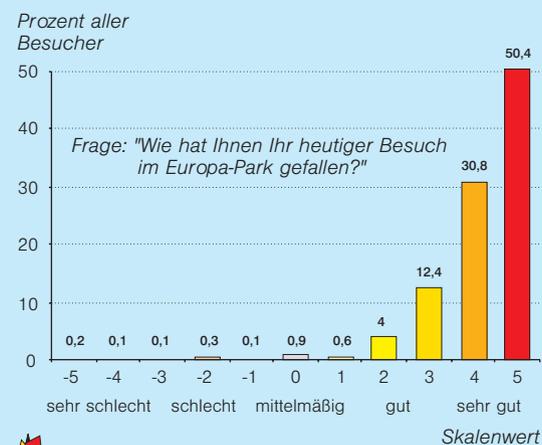
Junges Publikum mit familiären Besuchergruppen

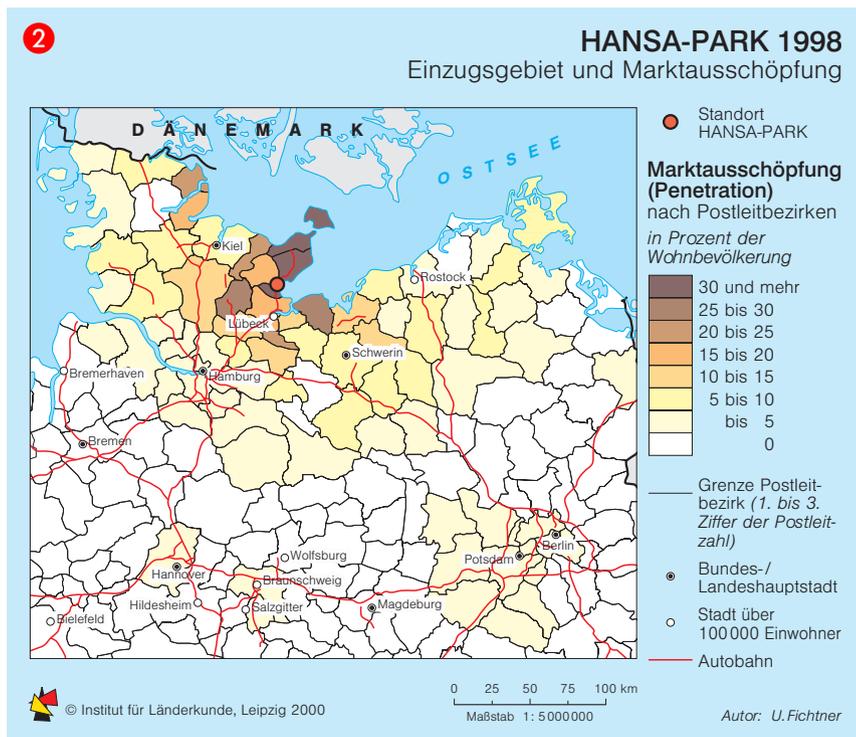
Unter bestimmten Rahmenbedingungen steigt die Wahrscheinlichkeit für die Wahl eines Freizeitparks als Ausflugsziel an. Im Vordergrund steht beim Besuch das gemeinsame Erlebnis von miteinander bekannten oder verwandten Personen. Einzelbesucher sind unter dem Publikum von Freizeitparks so gut wie nicht zu finden (unter 1%). Junge Menschen und Familien mit Kindern bilden daher wichtige Zielgruppen für das Marketing. Entsprechend beträgt der Anteil der Kinder

unter den Gästen ein Drittel und mehr, während ältere Menschen weniger vertreten sind. Dadurch ist der Altersdurchschnitt der Gäste deutlich niedriger als in der Bevölkerung des jeweiligen Einzugsgebietes. Abgesehen vom statistisch signifi-



1 Evaluation des EUROPA-PARKS durch seine Besucher





kanten Unterschied in der Alterszusammensetzung bestehen jedoch kaum weitere wesentliche Unterschiede zum Bevölkerungsquerschnitt. Dem hohen Anteil von Familien unter den Besuchern entsprechend, sind Besucherinnen gegenüber Besuchern gelegentlich etwas in der Überzahl.

Attraktivität und Erlebniswert

Wie lässt sich die Attraktivität von Ausflugszielen, Freizeitparks und anderen Einrichtungen oder Events bestimmen? Bei mehreren Untersuchungen hat sich eine Methode bewährt, die in Deutschland zuerst von der „Forschungsgruppe Wahlen“ für die Sympthiemessung von politischen Persönlichkeiten eingesetzt worden ist. Im Rahmen von mündlichen Interviews legt man den mit Hilfe einer Zufallsstichprobe repräsentativ ausgewählten erwachsenen Probanden die Frage vor, wie ihnen der Besuch gefallen habe **1**, und bittet um eine Einstufung auf einer bipolaren Skala von -5 (sehr schlecht) bis +5 (sehr gut). Auf diese Weise können die Erlebniswerte verschiedener Attraktionen miteinander verglichen werden.

Hoher Grad an Zufriedenheit bei den Gästen

Bei einer solchen Evaluation zeigt sich, dass die führenden Freizeit- und Erlebnisparks eine hohe Attraktivität bei ihrem Publikum besitzen. Bereits vor den Toren findet eine Selektion statt, mit der Konsequenz, dass jene Menschen, die Freizeitparks eher ablehnen, sie erst gar nicht betreten. Wer dagegen einen Besuch in einem Freizeitpark unternommen hat, gibt überwiegend gute bis sehr gute Noten für das angetroffene Angebot. Nur wenige der Gäste äußern sich unzufrieden.

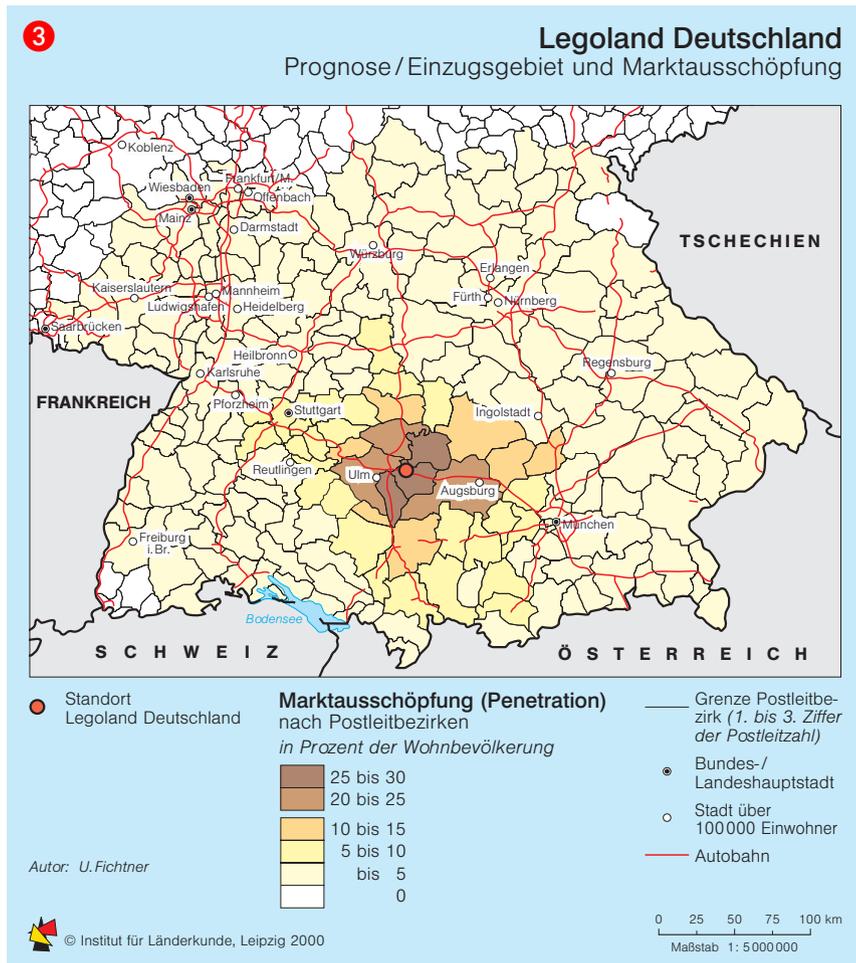
Auch im Vergleich zu Bewertungen von Museen, Zoos und Tierparks oder anderen Freizeitzielen durch ihre eigenen Besucher können sich die führenden Freizeit- und Erlebnisparks in

Deutschland durchaus sehen lassen, und bei wiederholt durchgeführten Evaluationen der STIFTUNG WARENTEST (1996) erzielten sie ebenfalls Bestnoten **4**.

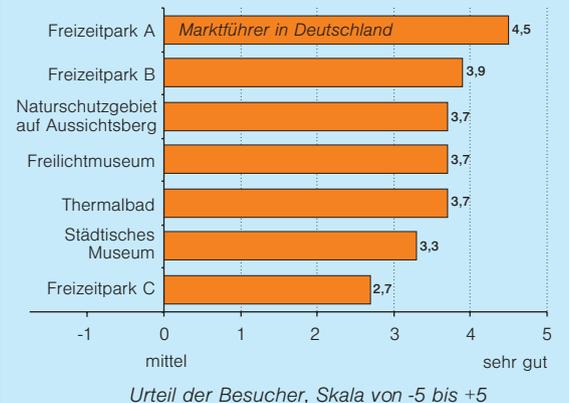
Das mit Hilfe einer Befragung auf direktem Weg gewonnene Ergebnis wird durch indirekte Hinweise, wie die Aufenthaltsdauer oder eine starke Kundenbindung, die sich in einer hohen Wiederkehrbereitschaft und einem großen Anteil an Wiederholungsbesuchern ausdrückt, bestätigt. Kein Wunder also, wenn Freizeit- und Erlebnisparks entgegen der Einschätzung von Skeptikern ein Stammpublikum ausbilden. Bei schon seit längerer Zeit existierenden Anlagen können bis zu 80% aller Besuche auf Wiederholer entfallen **5**.

Rekord bei der Verweildauer

Freizeitziele lassen sich je nach der Dauer des Aufenthalts ihrer Gäste in Halbtages-, Ganztages- und Mehrtagesziele unterscheiden. Während in Naturschutzgebieten eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von einer halben Stunde gemessen wurde, ein Kinobesuch rund zwei Stunden in Anspruch nimmt und Spaßbäder auf rund



4 Erlebniswert von Freizeitzielen in den Augen des Publikums



drei Stunden kommen, halten sich die Gäste in den großen Freizeitparks durchschnittlich zwischen fünf bis sechs Stunden auf. Den Rekord unter den Tagesausflugszielen kann mit großem Abstand der EUROPA-PARK verbuchen: Im Mittel verbringen die Gäste mehr als 8 Stunden pro Tag in der Anlage **6**, wie in repräsentativen Erhebungen wiederholt festgestellt werden konnte. Mit dem weiteren Ausbau wandelt sich der Park allmählich von einem Eintages- zum Mehrtagesziel. Er erzeugt auf direktem Weg derzeit rund 300.000 Übernachtungen in den umliegenden Gemeinden und trägt in indirekter Weise zu weiteren 400.000 Kurzreisen in Schwarzwald und Vogesen bei.

Freizeitparks in der Kritik

Freizeit- und Erlebnisparks zählen zu jenen Anlagen, an denen sich die Geister in besonderem Maß reiben und scheiden: Dem meist sehr positiven, teils überschwänglichen Urteil des Publikums stehen Skepsis und Vorurteile vor allem aus Reihen der Intellektuellen gegenüber, die sie als Konsumtempel verdammen. Dabei beruht z.B. der Vorwurf, in den Anlagen werde das Publikum gezielt passiv gehalten und es gäbe für Kinder zu wenig Möglichkeiten für eine aktive Betätigung, auf Unkenntnis, denn in den meisten Anlagen stehen Abenteuerspielplätze u.ä. zur Verfügung. In vielen Freizeitparks animieren Gaukler und andere Kleinkünstler das Publikum und regen zum Mitmachen an.

Unter den Kritikpunkten werden von Umweltschützern auch immer wieder die angeblich negativen ökologischen Folgen als Argumente ins Feld geführt. Dagegen bemühen sich manche Unternehmen schon recht lange um eine Berücksichtigung von Umweltbelangen oder leisten über die an jedem Standort bestehenden planungsrechtlichen Auflagen hinaus freiwillige Beiträge aus eigener Einsicht. Beispiele für einen sparsamen Umgang mit den Ressourcen sind die Nutzung von alternativen Energien, wie Windenergie, Wasserkraft, Solarstrom oder spezielle Schaltungen zum Stromsparen beim Betrieb der Großattraktionen, der Verzicht auf Plastikgeschirr und eine detaillierte Mülltrennung. Viele fördern die Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel durch kombinierte Fahr- und Eintrittskarten.

Das Beispiel HANSA-PARK

Der an der Ostseeküste in der Lübecker Bucht liegende HANSA-PARK hat ein Einzugsgebiet, das sich sowohl aus längerfristigem Fremdenverkehr als auch aus kurzfristigem Naherholungsverkehr großer Ballungsräume speist. Der Park besitzt eine maximale Reichweite von 4,5 Stunden Anfahrtsdauer, und sein Einzugsgebiet reicht vom Standort in Sierksdorf bis in den Raum Berlin **2**. Derart lange Anfahrtszeiten nehmen aber nur verhältnismäßig wenige Gäste auf sich. Der Schwerpunkt der Aufenthaltsdauer liegt zwischen einer und zwei

Stunden, und in seiner unmittelbaren Nachbarschaft kann der Park eine jährliche Ausschöpfungsquote erzielen, die etwa der Hälfte der dort vorhandenen Wohnbevölkerung entspricht.

Standorte und Nutzungskonflikte

Aufgrund der hohen Kosten für die erforderlichen Flächen liegen die Freizeitparks meist in randlicher Lage von Ballungsgebieten und nehmen bevorzugt Standorte ein, für die zunächst keine andere wirtschaftliche Nutzung gefunden wurde, wie z.B. ehemalige Tagebaugelände (PHANTASIALAND Brühl), aufgelassene militärische Anlagen (geplantes LEGOLAND Günzburg), Industriebrachen, ehemalige Schlossanlagen (z.B. EUROPA-PARK in Rust), aufgelassene Hofgüter (BERGWILDPARK STEINWASEN im Südschwarzwald) etc.

In allen Ländern der Bundesrepublik erzwingen rechtliche Vorgaben der Landesentwicklungspläne und die bei Neuanordnungen vorgeschriebenen Raumordnungsverfahren derartige Standorte. Abgelegene und wirtschaftlich ungenutzte größere Areale sind aber häufig auch aus Gründen des Naturschutzes von Interesse, so dass notwendigerweise Nutzungskonflikte entstehen. Sie zu lösen, ist Aufgabe einer klugen und vorausschauenden Raumordnung.

Prognose zum Einzugsgebiet von LEGOLAND

Im bayerischen Günzburg wird in wenigen Jahren ein deutsches LEGOLAND seine Tore öffnen. Mit Hilfe von Modellen zur Marktausschöpfung, abgeleitet aus umfangreichen Erhebungen, kann man eine Prognose über die voraussichtliche Ausdehnung seines Einzugsgebietes abgeben **3**. Es wird sich über ganz Süddeutschland mit den Verdichtungsräumen München, Stuttgart und Nürnberg erstrecken und darüber hinaus im Süden bis in die benachbarte Schweiz sowie nach Österreich reichen, im Norden bis nach Thüringen und Sachsen, im Westen bis ins Elsass und im Osten bis an die Grenze nach Tschechien.

Räumliche Verteilung

Die Freizeit- und Erlebnisparks sind sehr ungleichmäßig über Deutschland verteilt **7**. In den alten Ländern haben sich seit der Gründerwelle in den 1970er Jahren ein hierarchisches System mit Anlagen von lokaler, regionaler und nationaler Bedeutung herausgebildet.

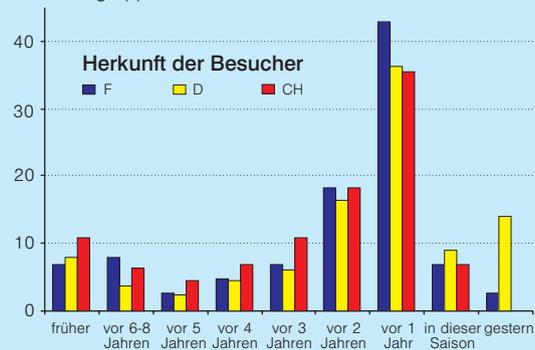
In der DDR stellte die zentralistische Planung zwar städtische Naherholungsgebiete mit Ausflugsaststätten und kleineren Freizeiteinrichtungen für Kinder bereit, der Errichtung kommerzieller, privatwirtschaftlich betriebener Großanlagen waren aber systembedingt Grenzen gesetzt, was sich in den neuen Ländern bis heute niederschlägt. Vor allem um die Bundeshauptstadt Berlin, im mitteldeutschen Raum, entlang des thüringisch-sächsischen Städtebands und in der Leipziger Tieflandsbucht be-

stehen zur Zeit noch größere Lücken. Abgesehen von mehreren Parks lokaler Bedeutung, befindet sich bei Leipzig ein größeres Projekt (EVENT-PARK) in der Umsetzung. Seit der deutschen Wiedervereinigung gab es zwar zahlreiche unverbindliche Anfragen, Vorplanungen und Absichtserklärungen, die aber bereits im Vorfeld stecken blieben.

Ebenso fehlte in Südbayern und Schwaben bislang eine überregional bedeutsame Großanlage. Zwar gab es in der Vergangenheit zahlreiche Versuche, einen derartigen Park in diesem Raum zu positionieren, aber die zur Verfügung stehenden Standorte konnten den hohen Anforderungen des Umweltschutzes meist nicht gerecht werden. Die vorhandene Lücke füllen drei neue bzw. geplante Anlagen: das Ravensburger SPIELELAND, der Allgäu SKYLINE-PARK und besonders die geplante deutsche Niederlassung von LEGOLAND. ♦

5 Zeitraum der Besuchswiederholung im EUROPA-PARK, Saison 1998

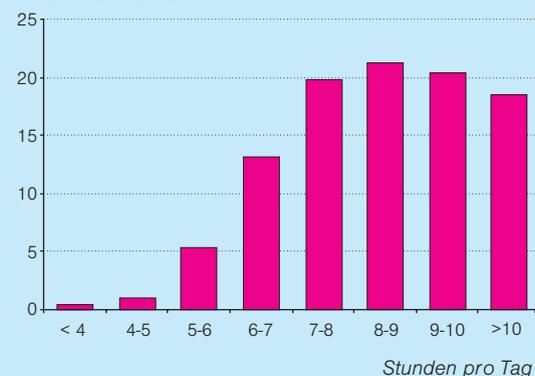
Wiederholer je Besuchergruppe in %



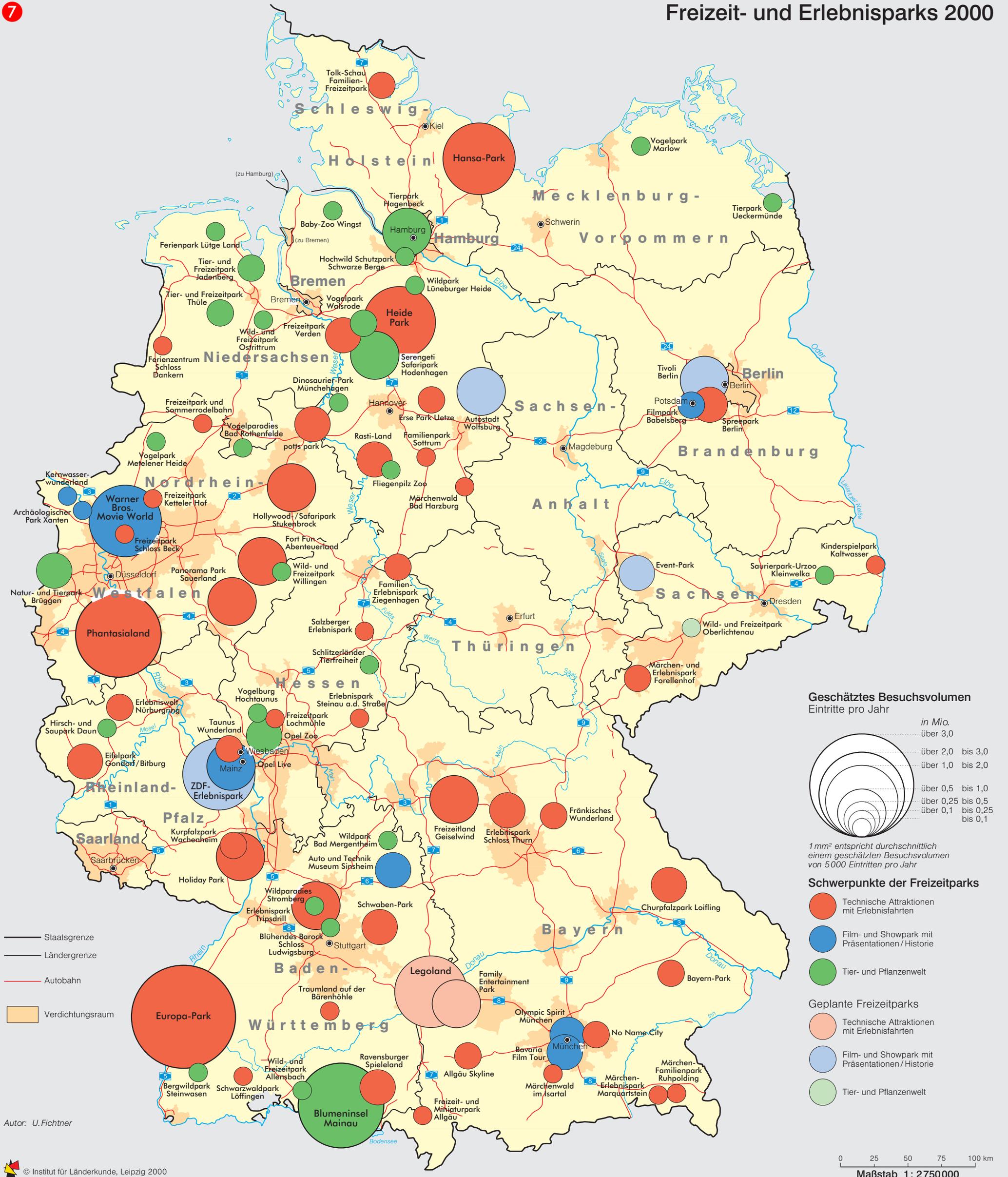
© Institut für Länderkunde, Leipzig 2000

6 Aufenthaltsdauer im EUROPA-PARK Saison 1998, alle Besucher

Prozent aller Besucher



© Institut für Länderkunde, Leipzig 2000



Autor: U. Fichtner