

FREIZEITPARKS

Ewig locken die Rekorde

Rheinischer Merkur Nr. 19, 13.05.2010

Schneller, aufregender, erfolgreicher: Mit millionenschweren Investitionen und Angeboten für Senioren trotzen die Phantasiewelten der Wirtschaftskrise.

■ VON ASTRID PRANGE

In der Kurve klammern sie sich mit aller Kraft fest. Der Fahrtwind treibt Tränen in die Augen. Seufzer, Glücksschreie, Freudentränen – die Achterbahnfahrt der 40 Senioren Ende 2007 im Heide-Park Soltau schrieb Geschichte und wurde als Weltrekord ins Guinness-Buch der Rekorde eingetragen, denn das Durchschnittsalter der Gäste im „Grottenblitz“ betrug 80,1 Jahre. Damit stellten die Soltauer Senioren ihre englischen Altersgenossen aus dem britischen Brighton in den Schatten, die bisher mit einem Durchschnittsalter von 75 Jahren den Titel innehatten.



„Die Männer kommen mit 89 Jahren noch einmal richtig in Fahrt“, scherzt Klaus Müller vom Soltauer Heide-Park. Der Marketingexperte arbeitet mit Sozialverbänden zusammen und wirbt seit 2005 verstärkt um die Zielgruppe der älteren Kunden. Für Besucher ab 60 Jahre ist die einmal gekaufte Tageskarte zum Preis von 34 Euro zwölf Monate lang gültig. „Die Senioren kommen bei jedem Wetter“, schwärmt Müller. „Man darf sie nicht in die Ecke stellen und sagen, die fahren keine Achterbahn“, fügt er hinzu, „dann werden die grimmig.“

BESTLEISTUNG: Durchschnittlich 80,1 Jahre alt waren diese Gäste, die sich vor drei Jahren auf die Achterbahn im Heide-Park Soltau wagten.

Foto: Heide-Park Soltau

Genau 71 Freizeitparks gibt es in deutschen Landen, und immer mehr von ihnen entdecken die Zielgruppe der rüstigen Rentner. So wirbt der Hansa-Park in Sierksdorf unter dem Motto „Im besten Alter“ mit Spaziergängen vor historischen Kulissen und in ausgedehnten Parkanlagen um grauhaarige Kundschaft. Auch im Phantasialand bei Köln wird die Zielgruppe mit Rabatten und speziellen Angeboten umgarnt. „Wir haben die Best Ager im Blick“, bestätigt Joachim Kamlot von der Unternehmenskommunikation. Viele seien schon in ihrer Jugend durch den Park gepilgert und kämen jetzt mit den Enkelkindern zurück. „Man sollte die älteren Herrschaften nicht unterschätzen, die fahren auch Achterbahn“, sagt Kamlot.

Die Begeisterung für Safaris kennt ebenfalls keine Altersgrenze. „Wenn wir Kegelvereine und Landfrauen anschreiben, wenden wir uns bewusst an ein älteres Publikum“, erklärt Serengeti-Park-Sprecher Jochen Lohmann. Die zehn Kilometer lange Route durch das Gehege mit Elefanten, Giraffen, Nashörnern, Tigern und Zebras kann entweder mit dem eigenen Auto oder im Serengeti-Bus abgefahren werden. „Wer nicht laufen will, kann trotzdem etwas erleben“, so Lohmann. Im Europa-Park im badischen Rust ändert sich das Durchschnittsalter je nach Jahreszeit. „Im Winter, wenn alles ruhiger ist und der Park weihnachtlich mit rund 2000 Tannenbäumen geschmückt ist, kommen mehr ältere Besucher als im Sommer“, erklärt Parksprecherin Diana Reichle.

Verkehrte Welt: Weder der gefürchtete Geburtenrückgang noch die Wirtschafts- und Finanzkrise bereiten den deutschen Disneylands Probleme. Im Gegenteil: Die Besucherzahlen steigen. Mit Investitionen in Hotels und Gastronomie gelang es, den Besuch in einem Freizeitpark von einem Tagesausflug in einen Kurzurlaub zu verwandeln. „Von der Krise haben wir nichts gemerkt“, bestätigt Ingrid Heik vom Hansa-Park in Sierksdorf. Auch die Konkurrenz aus Rust und Brühl verbucht 2009 als ein „sehr gutes Jahr“. Die Merlin Entertainments Gruppe, zu der unter anderem die Parks Legoland, Sea Life, Dungeon, Madame Tussauds und der Heide-Park gehören, behauptete ihre Position als größter Freizeitanbieter in Europa. In den Serengeti-Park in Hodenhagen strömten 2009 rund 20 Prozent mehr Besucher als im Vorjahr.

„Die Deutschen machen vermehrt Urlaub im eigenen Land“, erklärt Sven Trommershausen, Geschäftsführer des Panorama-Parks Sauerland Wildpark. Nach dem Besitzerwechsel und einer Neuausrichtung Ende 2007 kam auch der kleine Natur- und Erlebnispark in den Genuss des allgemeinen Branchenbooms. Trommershausen gab das Fahrgeschäft auf. Statt Achterbahnen setzte er auf Spielattraktionen für die kleineren Kinder wie Hüpfburgen, Riesentrampolins, Rutschen und Rodelbahnen. Der Wildpark wurde ausgebaut, mehr Tierfütterungen wurden angeboten und die Eintrittspreise auf 9,90 Euro gesenkt.

Rund 15 Millionen Besucher kamen im vergangenen Jahr in die deutschen Freizeitparks. Unangefochtener Marktführer ist mit mehr als vier Millionen Gästen der Europa-Park in Rust, gefolgt vom Phantasialand in Brühl mit rund zwei und dem Soltauer Heide-Park mit rund 1,6 Millionen Besuchern. Die Anziehungskraft der Phantasiewelten ist allerdings kein deutsches Phänomen: So verzeichnet Disneyland Paris mit jährlich zwölf Millionen Gästen mehr Besucher als die skandinavischen Länder Schweden, Dänemark und Norwegen zusammen.

Das Erfolgsgeheimnis der bunten Phantasiewelten ist die Jagd nach Superlativen und Innovationen. So präsentierte der Hansa-Park zum Auftakt der Saison unter anderem seine neue Achterbahn „Fluch von Novgorod“, die in 1,4 Sekunden von null auf 100 Stundenkilometer beschleunigt. Der Vogelpark Walsrode, der 2009 vor der Insolvenz stand, wurde dank einer Finanzspritze des belgischen Gartenunternehmens Floralux in Höhe von fünf Millionen Euro im März dieses Jahres wiedereröffnet und lässt seine 650 verschiedenen Vogelarten erstmals von Parkrangern vorstellen.

Der Serengeti-Park punktet mit einer neuen Aqua-Safari, die Gäste in einem Luftkissenboot, das bis zu 50 Stundenkilometern erreichen kann, durch eine afrikanisch gestaltete Landschaft peitscht. Im Tropical Islands im brandenburgischen Halbe gibt es nach eigenen Angaben mit 27 Metern Höhe Deutschlands größte Wasserrutsche. Der Europa-Park in Rust trumpfte bereits 2009 mit der modernsten Looping-Achterbahn Europas, genannt „Blue Fire“, auf. Die Mammutinvestition in Höhe von 20 Millionen Euro von Parkchef Roland Mack geschah mit freundlicher Unterstützung des russischen Energiekonzerns Gasprom, Hauptsponsor des Parks.

Der Heide-Park in Soltau strebt schon wieder einen neuen Weltrekord an: Am 29. Mai soll dort in der Bucht der Totenkopfpiraten eine Mannschaft mit 1670 Piraten geschlagen werden. „Wenn es uns gelingt, mithilfe unserer Gäste diese Zahl zu toppen und die Auseinandersetzung zu gewinnen, kommen wir erneut ins Guinness-Buch der Rekorde“, hofft Geschäftsführer Hannes W. Mairinger. Bisheriger Titelverteidiger ist das „Portland Pirate Festival“ in Oregon, wo am 20. September 2009 genau 1670 Besucher an der Schlacht teilnahmen. Die Chancen stehen gut. Denn wenn dieses Mal die Senioren aus Soltau im Piratenkostüm anrücken, dann ist nicht nur die Schlacht gewonnen, sondern auch ein zusätzlicher Weltrekord sicher.

Auskunft: Verband Deutscher Freizeitparks und Freizeitunternehmen VDFU, Poststr. 30, 10178 Berlin, Tel. 030/98 31 40 44, Fax 98 31 40 46.

Literatur: Reiner Riedler: Fake Holidays. Moser Verlag, München 2009. 144 Seiten, 55 Fotografien, 59 Euro.

Internet: www.freizeitparks.de
www.hansapark.de
www.europapark.de
www.heidepark.de
www.serengeti-park.de
www.abenteuerland-ruegen.de
www.alaris-schmetterlingspark.de
www.weltvogelpark.de
www.panoramapark-wildpark.de
www.tropical-islands.de
www.moviepark-germany.de
www.belantis.de
www.phantasialand.de
www.holidaypark.de
www.tripsdrill.de

