

## Meldung

---

### FTD: Freizeitparks boomen in der Krise

14.08.2009 - 11:17

Während die Tourismusbranche die Wirtschaftsflaute zu spüren bekommt, melden die Spaßfabriken überdurchschnittliche Gästezahlen. Die Parks haben sich als Kurzreiseziele etabliert - und das zahlt sich jetzt aus.

Anzeige

Roland Mack ist Optimist. Als er 1975 zusammen mit seinem Vater Franz Mack im badischen Rust einen Freizeitpark eröffnen wollte, warnte ein Hobbyangler die beiden Unternehmer: "In Rust hat's zu viele Schnaken, da laufen euch die Leute weg." Die Macks ließen sich davon nicht beirren.

Obwohl die nächste Hürde schon wartete: Große Banken wollten das Projekt nicht finanzieren. Doch die beiden Männer waren von ihrem Konzept überzeugt - und haben es mit der Unterstützung örtlicher Geldinstitute und ihrem Eigenkapital geschafft. Trotz Schnaken ist der Europa-Park in Rust heute der größte Freizeitempel Deutschlands und seit Jahren auf Expansionskurs.

Die teuerste Erweiterung in der Geschichte des Freizeitareals liegt gerade hinter Roland Mack, der zusammen mit seinem Bruder Jürgen die Firma leitet. 35 Mio. Euro investierten die zwei Unternehmer nach eigenen Angaben 2008 in den Park, allein die neue Achterbahn "Blue Fire" kostete demnach 20 Mio. Euro. Während sie gebaut wurde, kam die Weltwirtschaftsflaute. Doch Mack packte gerade jetzt der alte Optimismus: "Ich bin davon überzeugt, dass sich die Krise positiv auf unseren Park auswirken wird", sagte er vor Beginn der Saison im April.

Parks melden steigende Besucherzahlen

Seine Prognose hat sich bewahrheitet: Mitten in der Rezession stehen Deutschlands Freizeitparks so gut da wie lange nicht. Sie ziehen Besucher in Scharen an. Macks "Blue Fire" katapultiert alle zwei Minuten schreiende Menschen in den 40 Meter hohen Looping. Leere Plätze sieht man kaum. 2008 kamen nach Worten Macks über vier Millionen Besucher in den Europa-Park, im Krisenjahr werden es seiner Schätzung zufolge noch mehr sein. Zum Vergleich: Mallorca lockt jährlich rund 3,5 Millionen deutsche Urlauber an.

Auch der Heide-Park in Soltau verzeichnet für diese Saison ein starkes Wachstum, der Movie-Park in Bottrop-Kirchhellen meldet 23 Prozent mehr zahlende Besucher als im Vorjahr. Das Phantasialand in Brühl will noch keine Prognose für die aktuelle Saison wagen. Die Besucherzahlen seien überaus zufriedenstellend, sagt ein Sprecher lediglich. Der Holiday-Park in Hassloch zählte nach eigenen Angaben bis jetzt fünf Prozent mehr Gäste. Der Reiseveranstalter Neckermann bestätigt die positive Entwicklung bei den Buchungen für die Freizeitempel.

In Krisenzeiten profitieren kurzgelegene Ziele

Mack hat eine einfache Erklärung für die guten Zahlen: "In schwierigen Zeiten profitieren attraktive Ziele innerhalb Deutschlands. Viele Gäste ziehen es im Moment vor, näher gelegene Destinationen anzusteuern, anstatt längere Urlaubsreisen zu unternehmen."

Ulrich Reinhardt, Geschäftsführer der BAT-Stiftung für Zukunftsfragen, berichtet: "Die Krise verstärkt den bestehenden Trend zum Urlaub im Freizeitpark Für viele Familien, aber auch

andere Besuchergruppen ist das eine erschwingliche Alternative zum Auslandsaufenthalt." Laut einer aktuellen Analyse der Stiftung besuchten 62 von 100 befragten Familien in den letzten zwölf Monaten einen Freizeitpark, wie Reinhardt sagt. Wobei er ausdrücklich darauf verweist, dass die Betreiber diese Saison viel Glück mit dem Wetter gehabt hätten, was eine große Rolle für die Besucherzahlen spiele.

Das Statistische Bundesamt verzeichnete im Juni fünf Prozent mehr Deutsche, die ihren Urlaub in der Heimat verbrachten. Die Freizeitparks versuchen, von dem Trend weiter zu profitieren und erweitern ihr Angebot: Themenhotels, Shows und abwechslungsreiche Gastronomie. Vor allem locken sie ihre Besucher immer wieder mit Neuheiten wie der "Blue Fire": "Wir haben über 80 Prozent Wiederholungsgäste. Dieser Klientel müssen wir zu jeder Saison etwas Neues bieten", sagt Mack.

Gerade dieses vielfältige, ständig wechselnde Angebot sei der Erfolgsgarant für den derzeitigen Boom: "Dank neuer Attraktionen und Hotelanlagen locken Deutschlands Freizeitparks die Gäste auch mehr als einen Tag in die Parks", sagt Klaus-Michael Machens, Präsident des Verbandes deutscher Freizeitparks und Freizeitunternehmen (VDFU).

"Deutschlands Freizeitparks haben in den letzten Jahren enorm aufgeholt. Sie haben erkannt, wie wichtig guter Service ist und verstehen es, attraktive Pakete für die Besucher zu schnüren", sagt Machens. Zudem seien die Parks im öffentlichen Bewusstsein als Kurzreiseziele angekommen; auch die Tourismusbranche habe sie mittlerweile fest in ihr Angebot integriert. Unabhängige Tourismusexperten bestätigen dies. Weiterer Beleg: Neckermann brachte einen Katalog nur für Freunde der Freizeitparks raus.

Trend zu Urlaub im Park

So erklärt sich auch Wouter Dekkers, Chef des Movie-Parks, die guten Zahlen: "Wir hatten aufgrund hoher Investitionen und neuer Attraktionen bereits 2008 und 2007 einen enormen Besucherzuwachs. Und die Krise trägt jetzt sicherlich dazu bei, dass unsere Zahlen in diesem Jahr noch mal gestiegen sind."

Er stimmt Macks These zu: "Viele Gäste haben anscheinend auf einen großen Urlaub verzichtet und machen Ausflüge oder Mehrtagestouren in Deutschland." Zwar besitzt der Movie-Park keine eigenen Hotelanlagen, durch Kooperationen mit ortsansässigen Hotels können die Gäste aber auch hier Arrangements buchen.

Dabei läuft es für die Freizeitparks nicht überall so rund wie in Deutschland: In Spaniens Ferienregionen profitierten die zahlreichen Anlagen stets von den Touristen. Nun melden sie erstmals seit zehn Jahren rückläufige Besucherzahlen. "Parks, die stark auf Urlaubsgäste aus dem Ausland angewiesen sind, leiden überproportional an der Krise", sagt Mack, der auch Vorstandsmitglied im Weltverband der Freizeitindustrie ist.

In Deutschland hingegen werden die Parks zunehmend als Kurzreiseziel entdeckt - vor allem, wenn sie mit Hotelanlagen locken. Mack verfolgt dieses Mix-Konzept schon lange und baute bereits 1995 das erste Hotel "El Andaluz" in Rust. "Wir können den Gästen ein viel umfangreicheres Unterhaltungsprogramm mit Abendveranstaltungen, Dinershows und Wellnessangeboten bieten. Durch dieses Rundum-Sorglos-Paket können wir uns ganz klar von anderen Parks abheben", sagt er.

Die 5000 Betten im Europa-Park Resort sind nach Angaben Macks zu 90 Prozent ausgelastet. In den vergangenen drei Jahren habe das Unternehmen rund 25 Mio. Euro in die inzwischen vier Hotels, Gästehäuser und Campinganlagen gesteckt, 55 Mio. Euro in den Park selbst. Allein das 2004 eröffnete Superiorhotel "Colosseo" bietet Platz für 1450 Besucher.

Parkhotels sind überdurchschnittlich gut ausgelastet

Der Heide-Park in Soltau verkündet für sein Resort zehn Prozent mehr Übernachtungsgäste als im Vorjahr. Damit sei die Anlage zu 100 Prozent ausgebucht, sagte ein Firmensprecher. Auch das Phantasialand in Brühl vermeldet hohe Auslastungsraten.

Und das in einer Zeit, in der über die Hälfte der deutschen Hoteliers Umsatzeinbußen melden: Sie verzeichnen laut dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (Dehoga) im Schnitt knapp fünf Prozent weniger Einnahmen. Die Zimmerauslastung sei im Krisenjahr 2009 unter die 60-Prozentmarke gesunken. Die Freizeitparkhotels spielen derzeit in einer anderen Liga.

Dabei ist der Spaß nicht billig: Eine Familie mit zwei Kindern zahlt für drei Tage mit zwei Übernachtungen über 700 Euro. Doch das Gesamtpaket lockt: "Das Preis-Leistungsverhältnis ist optimal. Lieber zahle ich für gute Qualität etwas mehr, als mich in einem Billigurlaub dauernd ärgern zu müssen", sagt Familienvater Andreas Barth aus Blaichach in Bayern. Zusammen mit Frau und Tochter fährt er mindestens einmal im Jahr ins 3,5 Stunden entfernte Rust. Besonders im Krisenjahr setzt Barth auf diese Art Ferien: "Ich bin selbstständig und muss im Moment flexibel agieren können. Einen Kurzurlaub im Park kann man aber auch mal spontan dazwischen schieben."

Viele Last-Minute-Buchungen

Die Freizeitparks profitieren also von der Spontaneität der Reisenden. Zudem locken sie mit Sparangeboten. "Wir stellen fest, dass sich unsere Gäste sehr kurzfristig entscheiden und günstige Last-Minute-Angebote nutzen", sagt Wouter Dekkers. Viele kämen mehrmals im Jahr

- schließlich wechselten die Anbieter mit jeder Jahreszeit ihre Shows und Thematisierung.

Mack plant eine weitere Expansion. Er will noch ein Hotel bauen - und trotz Schnaken einen Wasserpark.

Autor/Autoren: Vanessa Wormer (Hamburg)

(c) FTD