

Deutsche Freizeitparks boomen

In die Achterbahn anstatt nach Arenal

Von Berrit Gräber 9. September 2009, 13:06 Uhr

Freizeitmagneten wie Heide-, Hansa- oder Serengetipark spüren von der Konjunkturflaute wenig. Im Gegenteil, die Besucherzahlen sind explodiert.



Aaaaaaaaaaaaaah... mit der Achterbahn in den Abgrund zu rasen, ist eine beliebte Freizeitbeschäftigung in Deutschland.
Foto: dpa

München. Ob Serengeti- oder Heidepark, Legoland oder Bavaria Filmstudios, Vogelpark, Sea Life oder Erlebnis-Zoo: In den Freizeitparks zwischen Alpen und Ostsee brummt das Geschäft wie selten zuvor, und das mitten in der Finanzkrise. Millionen Bundesbürger machten diesen Sommer Urlaub im eigenen Land - und offenbar liebend gern Ausflüge zu den vielen Looping- und Wildwasserbahnen, Film-, Musik- und Tiershows.

Die meisten Erlebnisparks melden bereits jetzt, etwa zwei Monate vor Saisonende, einen wahren Besucherboom mit Zuwachsraten um teilweise mehr als 20 Prozent. Für eine erkleckliche Zahl von Anbietern ist 2009 bislang überdurchschnittlich erfolgreich gelaufen, wie Ulrich Müller-Oltay, Geschäftsführer des Verbands deutscher Freizeitparks und Freizeitunternehmen berichtet. In dem Verband sind 72 Betriebe zusammengeschlossen, vom klassischen Abenteuerland bis hin zur VW-Autostadt in Wolfsburg.

Fotostrecke



Die beliebtesten Ziele für Kurzreisen

Noch zu Saisonbeginn im April hatte die Branche befürchtet, dass es genau anders kommt. Dass die Deutschen ihr Geld zusammenhalten und bei diesen Freizeitausgaben sparen könnten. Jetzt zählen Freizeitparks zu den Gewinnern der Krise. „Viele Leute, die sonst ins Ausland fahren, blieben in Deutschland, machten spontane Kurzreisen und kamen zu uns“, sagt Müller-Oltay. Nicht zuletzt auch dank des schönen Wetters.

Das war prima für die deutschen Vergnügungszentren von Nord bis Süd. So konnte beispielsweise der noch relativ neue Movie Park in Bottrop (ehemals Warner Brothers Movie World) seine Vorjahres-Besucherzahl von gut 1,15 Millionen (zahlende Gäste) bislang um über 20 Prozent steigern. „Das ist besonders gut gelaufen diesen Sommer“, freut sich Sprecherin Antje Kurzmüller. Auch im größten Park Deutschlands, dem Europa-Park in Rust, herrscht eitel Sonnenschein. Noch sei es für eine abschließende Besucherzahl zu früh, sagt Sprecherin Ester Wawrin. Die Besucherzahl von über vier Millionen aus 2008 dürfte aber in jedem Fall deutlich geknackt werden in 2009. Zum Vergleich: Auf Mallorca verbringen pro Jahr rund 3,5 Millionen Deutsche ihre Ferien.

Überaus zufriedene Gesichter trifft man derzeit auch bei der Konkurrenz im Holiday Park in Hassloch, im Phantasialand in Brühl oder etwa im Legoland im bayerischen Günzburg. „Supergut war's bisher“, jubelt Legoland-Sprecherin Stefanie Feifel. Für sie liegt auf der Hand: Viele Bundesbürger verzichteten diesmal auf die große Ferienreise und versuchten, ihren Kindern dennoch viel Spaß zu bieten. Spitzen-Eintrittspreise in großen Parks von bis zu 30 Euro am Tag für Kinder ab etwa zwölf Jahren und oft noch mehr für Erwachsene schreckten offensichtlich nicht ab. Selbst mit mehrtägigen Familientickets ist der Spaß meist nicht gerade günstig zu haben. Trotzdem konsumierten die Besucher in der Regel noch kräftig an den Imbissständen und in den Park-Restaurants. „Da war meist mehr als ein Eis drin“, weiß Fachmann Müller-Oltay.

Befeuert wurde der neue Besucher-Boom nicht zuletzt wohl auch durch Investitionen in neue Attraktionen im dreistelligen Millionenbereich. „Die Branche ist darauf angewiesen, ihr Angebot, die Themen und Shows ständig zu erneuern“, erzählt Müller-Oltay. Der Reisetrend gehe zu Kurztrips, meint Ulf Sonntag von der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR). Davon dürften gerade in der Krise auch Ausflugsziele wie Freizeitparks profitiert haben.

Umso wichtiger werden attraktive Übernachtungsangebote direkt neben den Freizeitparks. Wer gleich mehrere Tage auf Entdeckungstour gehen will, kann immer öfter im angeschlossenen Erlebnishotel ein Zimmer beziehen - seit neustem auch im Legoland, was bei den Gästen laut Parkangaben diesen Sommer gut ankam. Der Heide Park im niedersächsischen Soltau, die bundesweit drittgrößte Vergnügungsanlage, meldet jetzt schon 10 Prozent mehr Übernachtungen als im Vorjahr.

Für die deutschen Reiseveranstalter kommt der Freizeitpark-Boom jedenfalls nicht allzu überraschend. So mancher Anbieter offeriert bereits seit längerem einen eigenen Katalog zu den Themenparks in Deutschland sowie weltweit. „Das ist ein großer Markt“, sagt Thorsten Schäfer vom Deutschen Reiseverband (DRV).

Mehr Informationen unter: www.abendblatt.de/reise/freizeitparks/