

Freizeit Achterbahn und Zuckerwatte reichen nicht mehr, um die Massen in Vergnügungsparks zu locken. Nun rüsten Europas Freizeitparks auf.

Milliarden mit Spass

MAREN MEYER

An der Ausfahrt der Kreisstrasse in Richtung Rust werden grosse Geschütze aufgeföhren. Inmitten einer gigantischen Baustelle entstehen zwei Gebäude. Riesige Röhren liegen ineinandergeschachtelt am Boden und warten auf ihren Einsatz. Ende November soll Kindergeschrei durch diese Wasserrutschen hallen. Denn der Europa-Park Rust rüstet auf: Auf der Brache im Deutschen Baden-Württemberg entsteht seit über einem Jahr ein ganz neuer Park. Auf einer Gesamtfläche so gross wie 64 Fussballfelder entsteht die neue Wasserwelt Rulantica. Bis zu 5000 Menschen sollen sich hier pro Tag auf 17 Wasserrutschen vergnügen können. 140 Millionen Euro lässt sich das Familienunternehmen Mack die Expansion kosten – in der Geschichte des Europa-Parks bisher die grösste Einzelinvestition. Und nicht nur die Spasswelten wachsen. Ende Mai soll hier das sechste Hotel des Mack-Imperiums eröffnet werden. «Wir wollen zur Kurzurlaubsdestination werden», sagt Gründer, Inhaber und Geschäftsführer Roland Mack. Der Europa-Park Rust ist schon lange mehr als nur ein Achterbahnparadies.

Platzhirsch in der Branche ist Disney

Vergnügungsparks stehen hoch im Kurs. Alleine die zehn grössten Freizeit- und Themenpark-Unternehmen weltweit brachten es laut dem Global Attractions Attendance Report 2017 auf über 470 Millionen Besucher – über 8 Prozent mehr als ein Jahr zuvor. Dabei beherrscht Westeuropa einen Drittel des Marktes rund ums Freizeitparkbusiness. Das übrige teilen Nordamerika, Asien und der Rest der Welt untereinander auf.

Unangefochtener Platzhirsch der Branche ist Disney. Hier werden die Milliarden eingeföhren: Über 150 Millionen Menschen besuchen jedes Jahr die sechs Freizeit- mit ihren 15 Themenparks. Zuletzt setzte der Unterhaltungskonzern damit 20 Milliarden Dollar um, was einen Drittel der Gesamteinnahmen ausmacht.

Die Merlin Entertainments Group ist wohl nicht jedem ein Begriff, Legoland hingegen schon. Seit 2005 gehören die acht Freizeitparks der britischen Betreiberin von 120 Spassanlagen auf der ganzen Welt. Die 15 Millionen Legoland-Besucher brachten Merlin letztes Jahr über 770 Millionen Franken ein. Nicht ganz so stattlich, aber immer noch beträchtlich: Der Umsatz der weiteren sechs Themenparks wie Alton Towers in Grossbritannien oder Heide Park in Soltau in Norddeutschland lag 2018 umgerechnet bei über 430 Millionen Franken. Universal Parks and Resorts, OCT Parks China oder die chinesische Fantawild Holdings sind weitere grosse Spass-Player.

140

Millionen Euro investiert die Familie Mack in den Europa-Park Rust in Deutschland.

150

Millionen Besucher kommen pro Jahr in die Themen- und Freizeitparks von Disney.

15

Millionen Legoland-Besucher zählte die Merlin Entertainments Group vergangenes Jahr.

70

Attraktionen und acht Themenwelten hat das Ravensburger Spieleland zu bieten.

Als grösster Park Deutschlands und Nummer zwei in Europa kommt der Europa-Park in Rust auf 5,6 Millionen Besucher im vergangenen Jahr. Der Umsatz wird auf rund 400 Millionen Euro geschätzt. Genaue Zahlen gibt die Eigentümerfamilie Mack nicht raus. Die Deutschen lieben den Park in Süddeutschland – die Schweizer genauso. Von Jahr zu Jahr zieht es mehr Besucher aus dem Nachbarland in den Vergnügungspark. 2018 zählte Rust über 1,2 Millionen Schweizer – seit der Öffnung 1975 sind es insgesamt 20 Millionen. «Wir sind der Freizeitpark der Schweizer, unser Bekanntheitsgrad liegt dort bei 98 Prozent», sagt Mack. Täglich kartt der Rustexpress von Eurobus die spasswütigen Schweizer vor das Parktor.

Das war nicht immer so. Erst mit der Öffnung der Grenzen durch die Gründung der EU ging es bergauf für die Familie Mack. «Davor haben alle den Kopf geschüttelt und gefragt, wie wir auf die Idee kamen, in diesem Schnakenloch einen Freizeitpark zu bauen», erzählt der 69-Jährige. Den

Durchbruch ins Nachbarland Schweiz brachte die Autobahn durch Basel, die in den 1960er Jahren gebaut wurde. «Seitdem sind die Besucherzahlen stetig gestiegen.» Mit seinem Spassimperium hat Mack noch viel vor. Vor allem in die Hotellerie wird investiert. Denn der Chef weiss, wie wichtig es ist, seine Gäste länger als einen Tag in Rust zu halten. Vom Tagesausflugsziel will er zur Kurztrip-Destination werden. Im Schnitt sollen die Gäste länger als zwei Tage bleiben. Mit 5800 Betten ist Platz genug. Die Schweizer nehmen das Angebot dankend an: 40 Prozent der Hotelübernachtungen gehen auf ihr Konto.

Das Angebot muss immer wieder wachsen

Der Ausbau der Hotellerie ist bei den Schweizer Freizeitparks hingegen weniger Thema. Was aber auch mit den – im Vergleich zum Nachbarland –

kurzen Anfahrtswegen zu tun haben könnte. Jungfrau-Park in Interlaken BE, Conny-Land in Lipperswil TG oder Happyland in Siders VS bieten ihren Besuchern regelmässig neue Attraktionen. Den Besucher mehr als einen Tag in der Region halten will man natürlich trotzdem. In Le Bouveret VS locken deshalb gleich zwei Angebote: der Aquaparc und die Eisenbahnwelt Swiss Vapeur Parc. Diesen Luxus hat nicht jede Region. Das Hauptproblem der Schweizer Vergnügungsbranche: Platz. «Wenn man ein grosser Erlebnispark sein will, braucht man Fläche. Man muss sein Angebot immer wieder erweitern, um dem Besucher neue Attraktionselemente zu bieten. Damit wird er zum Wiederholungsbesucher», sagt Therese Lehmann, stellvertretende Leiterin der Forschungsstelle Tourismus an der Universität Bern.

Das Ravensburger Spieleland im deutschen Meckenbeuren nahe dem Bodensee steht ebenfalls auf der Liste der Schweizer Freizeitparks entlang der Grenze. An die 400 000 Besucher tummeln



Europa-Park in Rust: Grösster Anbieter in Deutschland.

Die Welt der Achterbahnbauer

Schneller, grösser, wilder: **139 Meter** misst die höchste Achterbahn der Welt. Die Kingda Ka (Bild) steht im amerikanischen Vergnügungspark Six Flags und beschleunigt **von 0 auf 200 km/h in 3,6 Sekunden**. Während der Wagen in die Tiefe rast, schraubt er sich zudem noch um die eigene Achse. Das Adrenalinmonster kommt aus der Schweiz. Denn im Spassgeschäft sind die Eidgenossen ganz vorne mit dabei. **Intamin** heisst das Familienunternehmen mit Sitz in Wollerau SZ und wurde 1967 gegründet. Ebenfalls aus der Schweiz sind **Bolliger & Mabillard** aus Monthey VS, bekannt für



Achterbahnen aller Art: Ob stehend, sitzend oder mit frei baumelnden Füssen – die Ingenieure beherrschen alle Facetten der Spassgeföhren. In Amerika ist das Unternehmen **Great Coasters International** Experte für Holzachterbahnen. Wodan Timburcoaster im Europa-Park ist zum Beispiel von dem US-Anbieter. Dabei bauen die Eigentümer des Parks, Familie Mack, eigentlich ihre eigenen Achterbahnen. **Mack Rides** heisst die Tochtergesellschaft, die ihre Fahrgeräte in die ganze Welt ausliefert. Über 400 wurden bereits gebaut, darunter 130 Achterbahnen.

Die Schweiz im Europa-Park

Die Schweizer lieben den Europa-Park. Und damit sie sich auch wie zu Hause fühlen, hat sich die **Gründerfamilie Mack** viele Angebote überlegt: So besteht seit 2018 eine Zusammenarbeit mit **Lindt** – Schweizer Schokolade ist also auch im deutschen Rust garantiert. Ausserdem werden Schweizer Weine und Raclette gereicht – der Käse kommt selbstverständlich aus der Schweiz. 52 000 Portionen Raclette wurden 2018 verspeist. Und was nicht fehlen darf: der Cervelat. Im Schweizer Dorf des Europa-Parks steht zudem das Haus von **Schellen-Ursli**. Es dient als Eingang zur Schweizer Bobbahn. Auch Bobfahrer **Beat Hefti** (oben links)



war schon zu Gast. 2001 war der Park Startpunkt der Tour de Suisse. Ein Jahr zuvor kaufte **Roland Mack** (oben rechts) eine Nachbildung von Shakespeares Globe Theater. Diese kam von SVP-Urgestein **Christoph Blocher** (unten links). Für die Bräker-Festspiele im Toggenburg war er 1998 Mitinvestor und finanzierte das weltbekannte Theater. Auch Star-Architekt **Mario Botta** (unten rechts) darf im Europa-Park nicht fehlen. Der Kuppelbau am Eingang des Vergnügungsparks ist von ihm. Ursprünglich wurde dieser anlässlich des 700. Jahrestags der Eidgenossenschaft konzipiert. Heute finden hier verschiedene Anlässe statt.



sich im Jahr auf den siebzig Attraktionen und in den acht Themenwelten zwischen Maus, Elefant und Ravensburger Brettspiele im XXL-Format. 35 Prozent von ihnen sind Schweizer. Tripsdrill bei Stuttgart erfasst zwar nicht die Nationalitäten seiner mehr als 700 000 Besucher, die der Übernachtungsgäste hingegen schon: Rund 12 Prozent sind aus der Schweiz. Was das Land damit mit Abstand zum grössten ausländischen Markt mache, heisst es auf Anfrage.

Was den Parks in die Hände spielt: Der allgemeine Trend hin zu Kurzreisen. «Heute verreist man öfter, dafür aber kürzer», erklärt Lehmann. Und wenn der Kurzreisende unterwegs ist, sucht er das Komplettangebot Spass, Verpflegung und Ruhemöglichkeiten für alle Altersgruppen. «Wir wollen in kurzer Zeit möglichst viel erleben, das wir dann mit anderen teilen oder auf Instagram posten können.»

Die Digitalisierung ist nicht nur bei den Besuchern, sondern auch den Parks ein grosses Thema.

Neben Virtual und Augmented Reality ist Besucherlenkung zukunftssträftig. Dabei kann den Gästen über eine App mitgeteilt werden, welche Bahn gerade eine kurze Wartezeit aufweist oder an welchen Tagen besonders wenige Besucher im Park sind. «Solche Tools werden beispielsweise in Schweizer Skigebieten eingesetzt. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis sie auch in Freizeitparks Einzug halten», meint die Tourismus-Expertin.

Der Gast hat hohe Ansprüche. Um den Anschluss nicht zu verlieren, investiert die Familie Mack in Rust, mit ihrem Tochterunternehmen Mack Solutions und Mack Media in neue Technologien. Und treibt so die Digitalisierung des Freizeitparks voran. Mit der Virtual-Reality-Brille können die Besucher in die Welt von Schellen-Ursli eintauchen oder auf der Blue-Fire-Achterbahn durch Wunderwelten rasen. Die Technologie, mit der die Bewegung des Schienenverlaufs eins zu eins in die Welt in der Brille übertragen wird, hat Mack sich patentieren lassen.

Nun ist Augmented Reality gefragt

«Immer mehr Besucher wünschen auch das digitale Erlebnis - in Zukunft werden wir einen Mix aus realer und virtueller Welt haben», prophezeit Mack. Der nächste grosse Wurf geht in Richtung Augmented Reality, wobei der Parkbesucher mit Brille bewaffnet zum Beispiel mit einem Dinosaurier an seiner Seite durch den Park schlendern kann. «Ich will nicht ausschliessen, dass dies in Zukunft mehr Raum einnehmen wird», sagt der Chef. Wobei er die Entwicklung auch kritisch sieht. Ein Parkbesuch sei ein soziales Erlebnis. Zusammen lachen und die Eindrücke teilen sei wichtig. Wer dabei eine Brille trage, sei in seiner eigenen Welt.

Auch andere Freizeitparks in Europa expandieren: 2017 eröffnete im niederländischen Efteling der Themenpark Symbolica: Palace of Fantasy. 35 Millionen Dollar wurden investiert, um den Anschluss in Europa nicht zu verlieren. So wie den Niederlän-

dern ergeht es auch anderen Ländern. Für dieses Jahr rechnet die Freizeitpark-Branche mit einem weltweiten Wachstum um 2,9 Prozent. Treiber seien vor allem Park-Neueröffnungen. Mit der geplanten Wasserwelt in Rust geht Mack nicht nur den Wünschen seiner Gäste nach, sondern schliesst sich auch einem weltweiten Trend an. Wie zum Beispiel im Park of Poland in Polen. Dessen Wasserpark Suntago Water World wurde für 150 Millionen Dollar gebaut und Anfang 2019 eröffnet.

Über 600 Millionen Euro haben die Macks seit der Eröffnung in ihren Park gesteckt - 100 Millionen allein in den vergangenen vier Jahren. Und mit der neuen Wasserwelt Rulantica ist die Expansion noch lange nicht abgeschlossen. Gut zwei Drittel der 45 Hektaren grossen Baustelle sind dann nämlich noch frei. Und auch im Europa-Park stehen noch rund acht Hektaren Erweiterungsfläche bereit. «Nächstes Jahr ist ein zweiter Bauabschnitt geplant», sagt Mack. «Und Platz für zwei weitere Hotels haben wir auf dem Areal auch noch.»

SO BELIEBT SIND DIE FREIZEITPARKS

Disney hat die meisten Gäste

Die zehn führenden Freizeitparks in Europa nach Besucherzahlen (in Millionen)

1. Disney Park im Disneyland Paris	Frankreich	9,7
2. Europa-Park	Deutschland	5,6
3. Walt Disney Studios Park im Disneyland Paris	Frankreich	5,2
4. Efteling	Niederlande	5,2
5. Tivoli Gardens	Dänemark	4,6
6. Portaventura	Spanien	3,6
7. Liseberg	Schweden	3,1
8. Gardaland	Italien	2,6
9. Puy d u Fou	Frankreich	2,3
10. Legoland Windsor	Grossbritannien	2,2

Walt Disney einsam an der Spitze

Führende Themenpark-Anbieter weltweit, nach Anzahl Besucher (in Millionen)

1. Walt Disney Attractions	USA	150,0
2. Merlin Entertainments Group	Grossbritannien	66,0
3. Universal Parks & Resorts	USA	49,5
4. OCT Parks China	China	42,9
5. Fantawild Holdings	China	38,5
6. Chimelong Group	China	31,0
7. Six Flags Inc.	USA	30,8
8. Cedar Fair Entertainment Company	USA	25,7
9. SeaWorld Parks & Entertainment	USA	20,8
10. Parques Reunidos	Spanien	20,6