

Zeitschrift: Regio Basiliensis : Basler Zeitschrift für Geographie
Herausgeber: Geographisch-Ethnologische Gesellschaft Basel ; Geographisches Institut der Universität Basel
Band: 46 (2005)
Heft: 2

Artikel: Freizeitdestination von internationaler Bedeutung : 30 Jahre EUROPA-PARK
Autor: Fichter, Uwe / Michna, Rudolf
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1088366>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 15.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Freizeitdestination von internationaler Bedeutung: 30 Jahre EUROPA-PARK

Uwe Fichtner und Rudolf Michna

Zusammenfassung

Aus kleinsten Anfängen hat sich der EUROPA-PARK im Laufe von 30 Jahren durch sein aussergewöhnliches Freizeitangebot, das eine gelungene Thematisierung mit Spitzenattraktionen in einer gepflegten Anlage kombiniert, eine Alleinstellung verschafft und konnte zum Marktführer in Deutschland werden. Heute steht das mittelständische Familienunternehmen im direkten europa-weiten Wettbewerb zu EURODISNEYLAND und anderen global agierenden Konzernen. Neben den herausragenden unternehmerischen Qualifikationen der Betreiberfamilie bildeten die offenen nationalen Grenzen eine unerlässliche Rahmenbedingung für den grossen wirtschaftlichen Erfolg, denn von der ersten Saison an gehörte das grenzüberschreitende internationale Einzugsgebiet zu den Spezifika des EUROPA-PARK. Chancen und Potenziale, die sich aus dem grenznahen Standort ergaben, wurden rechtzeitig vom Management erkannt und konsequent genutzt. Nachdem das Erlebnisangebot mit dem Ausbau von Übernachtungskapazitäten in hochwertigen Hotels erheblich diversifiziert wurde und die Öffnungszeiten auf einige Winterwochen ausgedehnt worden sind, lässt sich absehen, dass in naher Zukunft die Schwelle zu 4 Mio. Besuchen pro Jahr überschritten wird.

1 Einführung

Aus kleinsten Anfängen bei seiner Eröffnung vor 30 Jahren hat sich der EUROPA-PARK in der badi-schen Gemeinde Rust (3'600 E.), zu der bedeutendsten touristischen Destination in der Region am südlichen Oberrhein entwickelt (s. Abb. 1), die heute nicht nur als Inbegriff eines klassischen Premium-Freizeitparks gilt, sondern darüber hinaus auch moderne Trends in Freizeitwohnen, Erlebnisgastronomie und "Confertainment" widerspiegelt und die von den Massenmedien wegen ihres Ambiente gerne als Produktionsort gewählt wird (Abb. 2). Der grosse Erfolg der Freizeitanlage, der Aussenstehenden auf den ersten Blick vermeintlich so leicht erreichbar erscheint, ist in Wirklichkeit über Jahrzehnte hart erarbeitet. Hinter ihm stehen in erster Linie jene in den Wirtschaftswissenschaften altbekannten unternehmerischen Tugenden, wie innovatives Denken, gepaart mit Festhalten an Bewährtem, unaufhörliche Beharrlichkeit, betriebsinterne Strukturen und Abläufe

Adresse der Autoren: Prof. Dr. Uwe Fichtner, Hochschule Anhalt (FH), Fachbereich 1, Strenzfelder Al-lee 28, D-06406 Bernburg; Dr. Rudolf Michna, Institut für Kulturgeographie der Albert-Ludwigs-Univer-sität Freiburg i.Br., Werderring 4, D-79085 Freiburg i.Br.

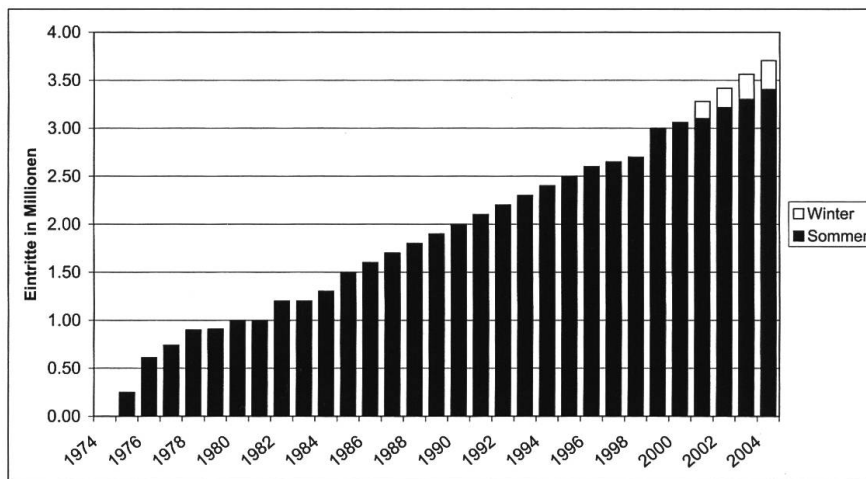


Abb. 1 Entwicklung des jährlichen Besuchsvolumens im EUROPA-PARK.

zu optimieren, ständige Motivation der Mitarbeiter, die gesteckten Ziele gemeinsam konsequent zu verfolgen, und bester Service durch eine permanente Kundenorientierung. Das Unternehmen stellt einen “Familienpark” in doppeltem Sinn dar: Nicht nur dass die “Familie” als wichtigste Zielgruppe den von Jahr zu Jahr anwachsenden Strom an Besuchern ga-

rantierte: Organisation, Struktur und Erscheinungsbild des mittelständischen Unternehmens sind geprägt vom Fleiss, von der Einsatzbereitschaft und Tatkraft zweier Generationen der Familien Mack und vieler Angehöriger, die bereit waren, gemeinsam anzupacken. Unter schrittweiser Anpassung des Dienstleistungsproduktes an sich wechselnde Marktbedingungen erfolgte über 30 Jahre eine Erweiterung in mehreren Stufen bis zur Marktführerschaft in Deutschland. Besonderheit und charakteristische Eigenart bildete von Beginn an das trinationale Einzugsgebiet der Destination (vgl. Kap. 4).

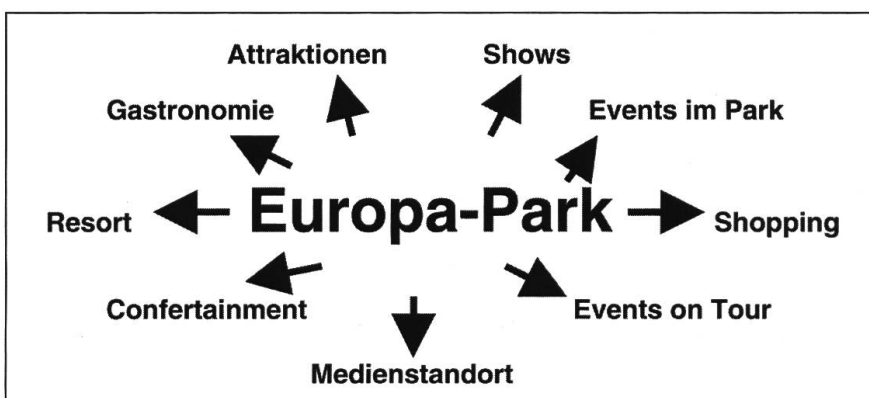


Abb. 2 Der EUROPA-PARK als Multifunktionsanlage. Das breite Angebot besteht aus Fahrattraktionen, Hotellerie, Konferenztourismus und Unterhaltung (“Confertainment”), Gastronomie, Shows und Events.

2 Datengrundlage

Die folgenden Ausführungen und Wertangaben basieren auf den Ergebnissen eines jährlichen “Monitorings” des Publikums im EUROPA-PARK, bei dem seit 1987 rund 1’000 Probanden streng nach statistischem Zufallsprinzip ausgewählt und befragt werden. Diese Befragungen erstrecken sich auf Struktur, Verhalten, Perzeption und Besuchsmotivation des Publikums. Dank des freundlichen Entgegenkommens der Parkleitung konnte auf diese Datenbasis zurückgegriffen werden. Ähnliche Analysen lassen heute auch andere grosse Verkehrsdienstleister, z. B. Bahnen und Fluglinien, durchführen. Lange vor anderen Freizeitunternehmen hat der EUROPA-PARK bereits das Besuchermonitoring konsequent als Instrument der Marktforschung eingesetzt, um seine Attraktivität zu evaluieren, hohe Qualität im Angebot und beim Kundenservice zu gewährleisten und verlässliche Kenntnis über den Wandel des Nachfrageverhaltens zu erhalten.

3 Standortwahl und Einzugsgebiet

In der Sommersaison verzeichnet der EUROPA-PARK gegenwärtig rund 3.4 Mio. Besuche. Hinzu kommen weitere rund 0.3 Mio. Eintritte während der kurzen Wintersaison, die vom 1. Adventswochenende bis etwa zum Dreikönigstag reicht. Sein jährliches Besuchsvolumen bleibt damit immer noch weit hinter jenen 12.5 Mio. von EURODISNEYLAND (Paris) dem besucherstärksten Freizeitpark in Europa, zurück, übertrifft aber doch deutlich die nächstfolgenden deutschen Anlagen, Phantasia/Brühl mit 2.0 Mio. Besuchen/J. sowie Heidepark/Soltau mit ca. 1.4 Mio. Besuchen/J. (www.themata.com; 2003).

Das Marktgebiet des EUROPA-PARK überschreitet nicht nur nationale Grenzen, es weist Besonderheiten auf, die für andere Freizeitparks weniger gelten. Die Gemeinde Rust liegt mitten im ländlichen Raum und in ihrem näheren Umfeld ist die Bevölkerungsdichte aufgrund der peripheren Lage verhältnismässig gering, ganz im Unterschied zu jenen Freizeitparkstandorten, die sich am Rand oder innerhalb von Ballungsräumen wie Paris, Ruhrgebiet oder Berlin befinden. Auch die bedeutenden Fremdenverkehrsorte in Schwarzwald und Vogesen sind etwas weiter entfernt. Aufgrund des geringen Bevölkerungspotenzials und der grossen räumlichen und zeitlichen Distanz zu den Agglomerationszentren war die ursprüngliche Idee des Barons von Rust, in seinem Schlosspark ein Tiergehege zu betreiben, unweigerlich zum Scheitern verurteilt. Auch Seniorgründer Franz Mack hatte anfänglich einen näher bei Freiburg i.Br. gelegenen Standort für den EUROPA-PARK bevorzugt, der aber schliesslich nicht zur Verfügung stand (Hochwasserschutzgebiet bei Breisach). Eher notgedrungen fand man sich deshalb anfangs mit dem Standort ab, in erster Linie wegen der schon vorhandenen Genehmigung für den Betrieb einer Freizeitanlage. Was viele skeptische Fachleute übersahen, war die Tragweite und Anziehungskraft der Innovation, Attraktionen und Fahrgeschäfte zu einem Erlebnisort für die ganze Familie zu gestalten.

Im Unterschied zu jenen Freizeitparks, die in bedeutenden Fremdenverkehrsgebieten liegen und dort mit dem zusätzlichen Potenzial an Touristen rechnen können, musste sich der EUROPA-PARK von Anfang an in erster Linie mit dem Segment der städtischen Naherholer in weit entfernten Ballungsräumen begnügen. Diese liessen sich aber nur durch Alleinstellungsmerkmale und mit besonders hoher Attraktivität gewinnen. Ohne zusätzliche Rahmenbedingungen wie einen hohen Motorisierungsgrad, frei verfügbare Zeit und Kaufkraft der Privathaushalte wäre das Konzept deshalb nicht aufgegangen.

Bis heute reist der grösste Teil der Gäste weniger aus der näheren Umgebung als aus grösserer Entfernung an. Das Einzugsgebiet des EUROPA-PARK erstreckt sich über ganz Süddeutschland. Es endet im Norden etwa an der Mainlinie, greift im Westen über den Vogesenkamm weit nach Ostfrankreich hinein, schliesst im Süden die Zentralschweiz ein und reicht im Osten bis nach Österreich. Wie kaum eine andere Freizeitdestination ist der EUROPA-PARK auf sein grenzüberschreitendes Marktgebiet angewiesen, das sich in der Zusammensetzung des Publikums niederschlägt. Rund 60 % der Besucher stammen aus dem Inland, je 20 % kommen aus Frankreich und der Schweiz, rund 1 % reist aus Österreich an (*Fichtner & Michna* 1987).

Die weite räumliche Streuung der Nachfrage mag zwar auf den ersten Blick auffallen, sie ist aber allein Ausdruck der eines Freizeitzieles und kehrt bei anderen Grossveranstaltungen wieder, so z. B. bei bedeutenden kulturellen Events oder auch Musikfestivals. Ähnlich lange Anfahrtswege und grosse Einzugsgebiete wurden auch bei Untersuchungen der Spitzenspiele der Fussballvereine in der ersten Bundesliga ermittelt. In ihr spiegelt sich die Beziehung zwischen einem Standort mit hochzentralem Angebot und einer ausgedehnten Peripherie wider. Sie korrespondiert mit einer im Vergleich zu städtischen Freizeiteinrichtungen eher niederen durchschnittlichen Besuchsfrequenz pro Person, denn im rechnerischen Mittel kommt jeder Gast alle zwei Jahren wieder.

4 Marktposition des EUROPA-PARKS

Inzwischen ist die Freizeitanlage für ostfranzösische Ausflügler das wichtigste punktuelle Ziel auf der badischen Rheinseite geworden (vgl. Tab. 1). Dies ist keinesfalls das Ergebnis einer zwangsläufigen Entwicklung.

Wie mehrfache Untersuchungen zeigen, fließen beim grenzüberschreitenden Einkaufstourismus starke Ströme zwischen Baden und dem Elsass sowie der Nordwestschweiz. Die Ströme zwischen Baden und dem Elsass sind in beiden Richtungen annähernd gleich entwickelt. Anders aber beim Freizeit- und Fremdenverkehr. Hier herrscht eine deutliche Asymmetrie, denn "die Elsässer scheinen sich wenig für Deutschland zu interessieren. Die Schichten der Mittelklasse kennen zu meist nur die grossen Warenhäuser entlang der Grenze" (Vogler 1996, 111).

Deutsche sind hingegen die wichtigste ausländische Gruppe für den elsässischen Fremdenverkehr. Auch bei den Freizeitzielen sowie den kulturellen Einrichtungen und Ereignissen sind deutsche Besucher – und zwar vor allem aus der badischen und pfälzischen Nachbarschaft – in überdurchschnittlichem Mass und Anteil vertreten (vgl. Braeuner 1995, 193f). Umgekehrt zieht das badische Oberrheingebiet seinerseits elsässische Gäste an, besonders bei bestimmten traditionellen Anlässen wie Weihnachten oder Rosenmontag. Auch zur Basler Fasnacht kommen zahlreiche Gäste aus den benachbarten deutschen und elsässischen Grenzgebieten.

Der West-Ost gerichtete Strom des Freizeitverkehrs unterscheidet sich aber von den in umgekehrter Richtung verlaufenden Fahrten: Das ostfranzösische Quellgebiet ist bei den Freizeitzielen der badischen Rheinseite deutlich unterrepräsentiert. Die Franzosen überqueren in geringerer Zahl und Frequenz – auch wenn man diese Fahrten mit dem unterschiedlichen Bevölkerungspotenzial der beiden Rheinseiten in Beziehung setzt – den Rhein.

Als wichtige Ziele des elsässischen grenzüberschreitenden Ausflugsverkehrs wurden bei unseren Befragungen zum grenzüberschreitenden Freizeitverhalten (zuletzt 2004) Baden-Baden, die Bäder im Nordschwarzwald, der Titisee und die Stadt Freiburg genannt. Die relativ häufigen Nennungen von Freiburg und anderen Städten (Kehl, Offenburg, Karlsruhe, Lahr, Rastatt,

Tab. 1 Anteile der ausländischen Nachbarregionen an der Gesamtbesuchszahl ausgewählter Freizeitziele im südlichen Oberrheingebiet (2003).

	Eintritte (in Mio.)	aus		
		Schweiz	Deutschland	Frankreich
Europa-Park/Rust	3.70	20 %	20 %	54 %
Basler Zoo	1.30		10–15 %	5–10 %
Freilichtanlage Augusta Raurica	0.10	7 %	49 %	33 %
Hohkönigsburg	0.55	25 % (2001)		
Ecomusée/Ungersheim	0.35	16 %	16 %	
Vita Classica Therme/Bad Krozingen	0.34	15 %	10 %	
Laguna/Weil a. Rhein	0.32	28 %	11 %	
Steinwasenpark/Oberried	0.30	9 %	5 %	
Cassiopeia Therme/Badenweiler	0.28	15 %	5 %	
Vogtsbauernhof/Gutach i.K.	0.28	2.7 %*	1.4 %*	
Schwarzwaldpark/Löffingen	0.17	5 %	10–15 %	
Vogelpark/Steinen	0.10	15 %	25 %	
Unterlindenmuseum/Colmar	0.22			

* nur Anteile der Individualbesucher !

(Quelle: Dierks 2003, u.a.)

Achern) beruhen auf der Tatsache, dass sich mit dem Besuch dieser Ziele mehrere Motive verbinden (Koppelungsaktivitäten: insbesondere Einkauf und Ausflug). Erwartungsgemäss rangiert auch der EUROPA-PARK in der Spitzengruppe der Nennungen. Hier handelt es sich aber um reinen Ausflugsverkehr, d.h. um monofinale Fahrten. In der Umfrage "Ortenau/Elsass 1999" durch Infobest (Kehl) lag Rust wahrscheinlich deshalb nur bei 1 % der Angaben (von 1300 Befragungen), Spitzenreiter war nämlich auffälligerweise die Stadt Kehl mit 26 % (*Badische Zeitung* 10.05.1999).

Der grenzüberschreitende Freizeitverkehr ist durch eine starke Saisonalität geprägt (*Michna* 1995, 451f). Während Schwarzwald und Vogesen bzw. Vogesenrand im Sommerhalbjahr zu den beliebtesten Zielen gehören, sind im Winter die Besucherzahlen aus dem benachbarten Ausland hier kaum erwähnenswert. Lediglich die Weihnachtsmärkte – deren Zahl im Elsass inzwischen auf rund 60 angestiegen ist – sorgen für einen zeitweiligen Anstieg der grenzüberschreitenden Freizeitmobilität.

Im Kulturbereich bestehen vielfältige Verbindungen über die Oberrheingrenze. Der nach Frankreich orientierte Strom ist dabei stärker ausgeprägt als die rechtsrheinisch gerichteten Bewegungen: Bei Popkonzerten in Strassburg werden zwischen 20 und 30 % der Karten von badischen Besuchern erworben. Ähnliches gilt für Pop-Konzerte, die in Basel stattfinden oder für das kabarettistische Dialektprogramm der Strassburger "Choucrouterie" (*Raumordnung am Oberrhein* 1999, 10f). Auch die klassischen Kultureinrichtungen verzeichnen beachtliche Besucheranteile von der anderen Rheinseite: Beim Strassburger Nationaltheater entfallen 3.8 % der Abonnements auf Gäste von der badischen Rheinseite, pro Saison kommen 1'500 der 50'000 Zuschauer aus Baden. Knapp 12 % der Abonnements der Opéra du Rhin sowie 12.8 % aller Konzert-Abonnements in Strassburg entfallen ebenfalls auf Baden. Rund 10 % der Gäste des Mülhausener Kulturzentrums "Filature" stammen aus dem benachbarten Ausland (pro Saison 10'500 Badener und Schweizer). Während Südsässler und Nordwestschweizer sich eher selten nach Baden und die Südsässler selten zur Nordwestschweiz orientieren, nutzen die Südbadener recht intensiv auch das Basler Kulturangebot (*Raumordnung am Oberrhein* 1999, 10f).

Auf eine gemeinsame Initiative geht der Museumspass Oberrhein zurück. Er erschliesst rund 170 Museen und Ausstellungen, Einrichtungen in der Pfalz, der Nordwestschweiz, in Baden und im Elsass. Über 24'000 dieser Jahrestickets wurden 2004/05 verkauft. Die auf organisiertem kulturellem Austausch basierende grenzüberschreitende Freizeitmobilität beschränkt sich auf einen kleinen – eher elitären – Teilnehmerkreis – trotz des offiziell beteuerten Wunsches nach stärkerer Motivierung und Integrierung einer breiteren Öffentlichkeit.

Auch im Bereich des Sports gibt es zwischen den drei nationalen Teilräumen des Oberrheingebietes nur einen geringen Austausch. Das einzige verbindende Ereignis bildet das mehrtägige Radrennen 'Regio Tour'. Nach wie vor bleiben die Sportvereine – ausgenommen drei elsässische Ringermannschaften, die an den Ligawettkämpfen in Baden teilnehmen – streng in nationalen Ligen und Verbänden organisiert.

Seit Schengen hat die Grenze tatsächlich zwar weitgehend ihre reale Bedeutung für die Bewohner der badischen und der elsässischen Rheinseite verloren. Sie existiert aber weiterhin als Grenze in den Köpfen der Grenzlandbewohner. Erstaunlich häufig äusserten bei unseren Befragungen zum grenzüberschreitenden Freizeitverhalten ostfranzösische Probanden, dass sie noch nie auf die andere Rheinseite gefahren waren – oder höchstens zum Besuch einer Diskothek.

"Die grenzüberschreitende Zusammenarbeit darf keine Seniorenveranstaltung werden. Wir müssen die Jugend gewinnen. Die fährt in ihrer Freizeit nicht über den Rhein", stellte der badische Politiker Wolfgang Schäuble (zit. n. *Braeuner* 1995, 209) 1994 in einer Rede besorgt fest. Die Regio-Rhetorik, welche am Oberrhein die deutsch-französische Versöhnungsrhetorik abgelöst hat, stösst mittlerweile gerade bei der jüngeren Bevölkerung in Baden und im Elsass auf eine wachsende Indifferenz.

Da der Rhein sich zunehmend zur sprachlichen und kulturellen Grenze zu entwickeln scheint, ist gerade das grenzüberschreitende Freizeitverhalten – und damit ein Brennpunkt wie Rust – von grosser Bedeutung. Denn solche Aktivitäten können – stärker als die beruflichen Verflechtungen – zur Bildung einer grenzüberschreitenden Identität beitragen.

5 Ausflugsverkehr und induzierte Übernachtungen

Welche Bedeutung der Wirtschaftszweig “Freizeit und Tourismus” in Deutschland besitzt, wird vielfach unterschätzt: Zieht man den Umsatz als Kennziffer heran, rangiert der Tourismus in der Bundesrepublik Deutschland an zweiter Stelle hinter der Automobilindustrie (*Becker* 2000, 17), wobei Kurzausflüge und Urlaubsreisen eine dominierende Rolle spielen. Im wirtschaftlich starken Baden-Württemberg beträgt der Beitrag des Tagesreiseverkehrs zum gesamten Volkseinkommen (= Nettosozialprodukt) 1.3 % und übersteigt damit den Anteil des Übernachtungsreiseverkehrs in Höhe von 1.1 % .

Die realen Ausgaben der Reisenden schwanken selbstverständlich individuell, je nach Personenanzahl der Gruppen und den unternommenen Aktivitäten. Im Mittel kann pro Person und Tag bei Tagesreisenden von 18.50 € für Verpflegung und Fahrtkosten ausgegangen werden, bei Übernachtungsreisenden werden 60.– € angesetzt (*Feige et al.* 2000, 116). Vorsichtiger Schätzungen legen 16.– € für Fahrtkosten, Essen und Trinken der Ausflügler pro Tag (ohne Entgelt für Eintritte) und 38.– € für eine Übernachtung pro Person zugrunde (*DWIF* 1992).

Von den Besuchen im EUROPA-PARK entfallen 74 % auf Tagesausflügler, die als Naherholer von ihrem Wohnort starten, und 26 % auf Urlauber, die von einem Ferienort aus anfahren (s. Abb. 3). Von den Letztgenannten sind 19 % gewerblichen Übernachtungen zuzuordnen, bei den anderen handelt es sich um Bekanntenbesuche und Fahrten vom Zweitwohnsitz aus.

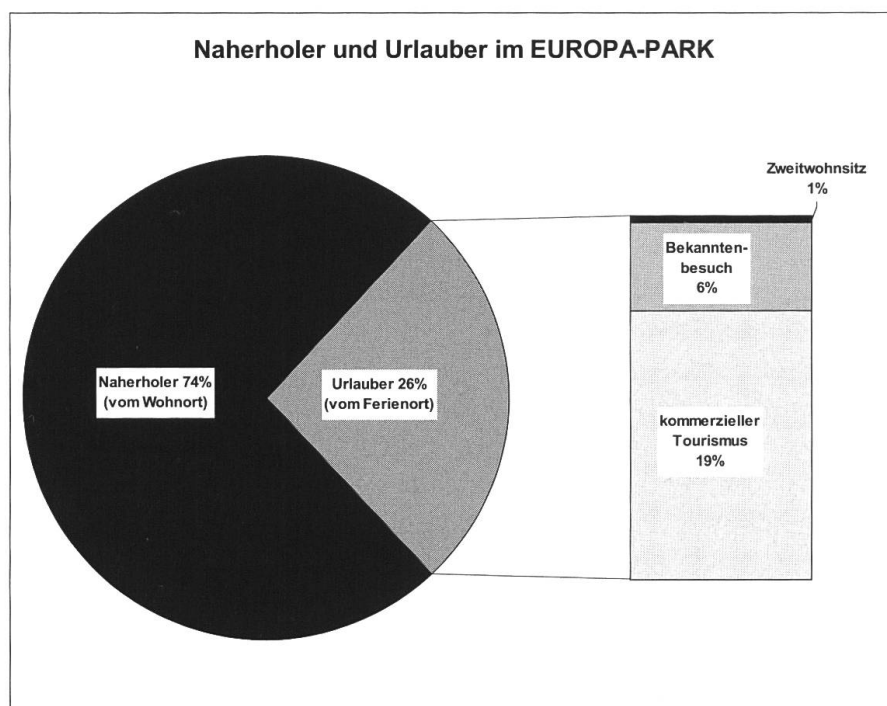


Abb. 3 Naherholer und Urlauber im EUROPA-PARK.

Tab. 2 Schätzung der durch den Besucherstrom zum EUROPA-PARK induzierten Umsätze (2004).

	Prozentualer Anteil im E-P	Personen absolute Anzahl	Umsatz pro Person u. Tag in EUR	Umsatz im Jahr in EUR
Tagesausflügler	75%	2'775'000	16.00	44'400'000.00
Besuche bei Bekannten	6 %	222'000	16.00	3'552'000.00
Urlauber (Übernachtung in Betrieben)	19 %	703'000	38.00	26'714'000.00
Summe	100 %	3'700'000		74'666'000.00

Setzt man die o. g. Durchschnittswerte an, um die Umsatzsumme zu ermitteln, die durch den Tagesreiseverkehr zum EUROPA-PARK induziert wird, so ergibt sich als vorsichtige Schätzung ein Volumen von knapp 75 Mio. € pro Jahr (vgl. Tab. 2). Dabei ist das Eintrittsgeld in den Freizeitpark, das den Charakter einer einmaligen Ausgabe besitzt, noch nicht enthalten. Da die Aufenthaltsdauer im EUROPA-PARK extrem lang ist, entfällt auch der weitaus grösste Teil der Ausgaben auf den Aufenthaltsort selbst sowie die bei der An- und Abfahrt aufgetretenen Kosten.

Knapp die Hälfte der Ausgaben im Ausflugsverkehr fliessen erfahrungsgemäss in die Gastronomie und Hotellerie des Zielgebietes. Dazu zählen im vorliegenden Fall wiederum teilweise Betriebe, die zum EUROPA-PARK gehören, wie die parkeigenen Hotels und Campinganlagen, aber auch viele parkfremde Einrichtungen in Rust und den umliegenden Gemeinden. Der Lebensmitteleinzelhandel kann mit rund 13 % des Gesamtvolumens rechnen, etwa ebensoviel erhalten "sonstige touristische Dienstleistungen", wie Drogerien oder Apotheken, Tankstellen, Kioske und Geschäfte mit Reisebedarf. Ein Anteil von ca. 17 % entfällt gewöhnlich auf Privatvermieter.

In den letzten Jahren ist ein auf den Strom der Freizeitparkbesucher ausgerichtetes Angebot entstanden. Die Beherbergungskapazitäten wurden erheblich ausgebaut (vgl. Abb. 4), fast überall finden sich Hinweise auf Fremdenzimmer. Die meisten der Einzelhandelsgeschäfte und gastronomischen Betriebe richten ihre Öffnungszeiten nach jenen des Freizeitparks und haben vormittags oder über die Wintersaison geschlossen (vgl. dazu auch *Bosch* 2003).

Durch den rasanten Ausbau der Übernachtungskapazitäten und der Infrastruktur gerät leicht in Vergessenheit, welche geringe Bedeutung der Tourismus in den Dörfern ursprünglich besass: Im Jahr 1985 waren in Rust gerade 38 Fremdenbetten gemeldet, und die Landesplanung sah keineswegs eine derartige touristische Entwicklung vor. Diese wurde vielmehr den klassischen Fremdenverkehrsorten im Schwarzwald vorbehalten! Die Entwicklung zur Kurzurlaubsdestination mit etwa 450'000 Übernachtungen war im Jahr 2004 Anlass dafür, der Gemeinde Rust das Prädikat "staatlich anerkannter Erholungsort" zu verleihen.

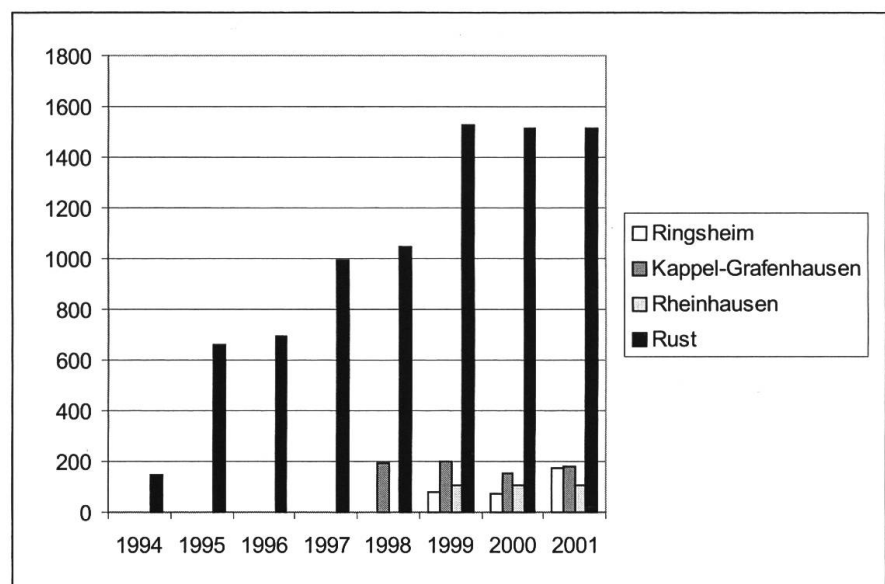


Abb. 4 Entwicklung des Bettenangebotes der Gemeinden Rust, Ringsheim, Kappel-Grafenhausen und Rheinhausen von 1994–2001.

In den Besucherbefragungen wurden die ausgewählten Probanden gebeten, anzugeben, ob sie extra wegen des EUROPA-PARK in die Region gekommen seien. Nach dem Hauptmotiv für ihre Reise und den Aufenthalt lässt sich deshalb zwischen direkt und indirekt induzierten Übernachtungen unterscheiden; die direkt induzierten Übernachtungen gehen in erster Linie auf die Existenz des Parks zurück, und wären unterblieben, gäbe es diesen nicht. Bei den indirekt induzierten spielen andere Motive und Gründe für den Besuch die dominierende Rolle, so z. B. ein Verwandtenbesuch. Diese Übernachtungen hätten auch dann stattgefunden, wenn der EUROPA-PARK nicht bestände.

Insgesamt trägt der EUROPA-PARK, die eigenen Hotels mit ihren 4'200 Betten eingeschlossen, zu über 800'000 Übernachtungen pro Jahr in der gesamten grenzüberschreitenden Region bei. Von diesen sind nach der Hochrechnung 410'000 Übernachtungen *indirekt* und schätzungsweise 392'000 Übernachtungen *direkt* auf den EUROPA-PARK zurückzuführen. Die *direkt* induzierten Übernachtungen scharen sich räumlich eng um den Standort Rust. Im Süden können die Gemeinden des Kaiserstuhls und gerade noch die Stadt Freiburg profitieren, aber nicht mehr der Südschwarzwald. Grund für diese räumliche Konzentration ist der Wunsch der Freizeitparkbesucher, möglichst nah an der Destination zu wohnen.

Während jene Gäste, deren Hauptmotiv der Parkbesuch ist, lange Anfahrtswege zur Freizeitanlage verständlicherweise vermeiden und sich meist eine Übernachtungsmöglichkeit im unmittelbaren Umfeld suchen, nehmen Urlauber, bei denen andere Motive dominieren, auch grössere Distanzen in Kauf. Deshalb sind die indirekt vom EUROPA-PARK induzierten Übernachtungen räumlich weit verstreut. Sie reichen über den Schwarzwald bis in die Schwäbische Alb hinein.

Die Zusammenhänge treten beim Hochschwarzwald besonders deutlich und prototypisch hervor, wo nach der Hochrechnung rund 51'000 Fremdenverkehrsgäste im Jahr ihren Urlaubsaufenthalt mit einem Besuch im EUROPA-PARK verbinden und abends an ihren Ferienort zurückkehren. Kein einziger der befragten Touristen aus dem Hochschwarzwald äusserte bei den Interviews, er sei allein wegen des EUROPA-PARK angereist und der Freizeitparkbesuch sei Hauptzweck für seinen Urlaub. Die Fremdenverkehrsgäste sind demnach primär erholungsorientiert.

Der EUROPA-PARK profitiert aber nicht nur von den Urlaubern im Schwarzwald, sondern bringt im Gegenzug rund 80'000 Gäste neu in die Region, die primär auf den Freizeitpark ausgerichtet sind. Bei den Befragungen antworteten diese Personen, sie seien zwar allein zum Besuch im EUROPA-PARK angereist, planten aber einen zusätzlichen Ausflug in den "Schwarzwald" (keine weitere Differenzierung möglich) zu unternehmen. Die Stadt Freiburg i.Br. verdankt dem Freizeitpark pro Jahr rund 24'000 direkt induzierte Übernachtungen. In allen diesen Fällen gaben die

befragten Personen an, sie seien in erster Linie zum Besuch des Freizeitparks angereist und würden bei dieser Gelegenheit in der Stadt Freiburg i.Br. übernachten. Selbstverständlich profitiert umgekehrt der EUROPA-PARK auch vom Städtetourismus in der Stadt Freiburg und von Besuchsempfehlungen oder Weitervermittlungen in den dortigen Tourismusbüros.

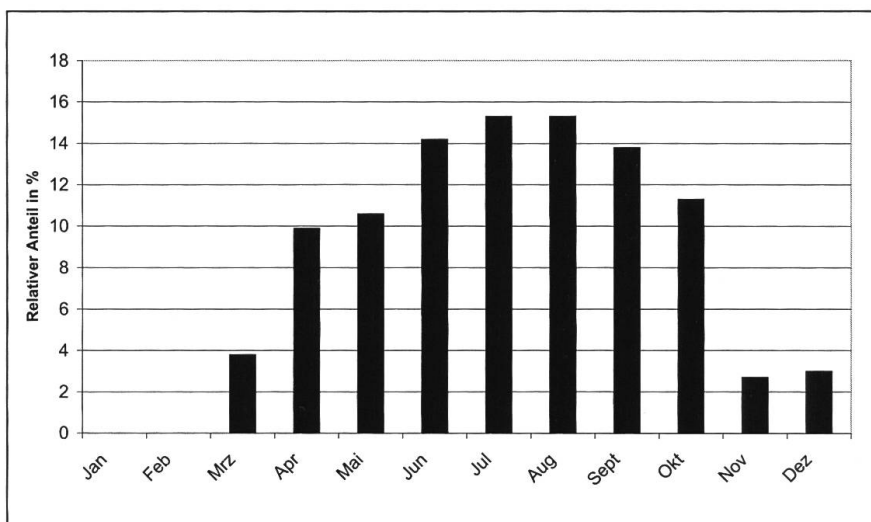


Abb. 5 Saisonale Schwankungen des Jahresumsatzes im Gasthaus "Ochsen". (Quelle: Bosch 2003)

Der EUROPA-PARK bringt für die Stadt Freiburg weit mehr an zusätzlicher Nachfrage, Übernachtungen und Umsatz als der Sportclub mit seinen Fussballspielen in der Bundesliga. In der Saison kommen zwar ca. 170'000 bis 200'000 auswärtige Zuschauer nach Freiburg, von denen etwa 45 % vor oder nach dem Spiel noch etwas Zeit in der Stadt verbringen und auch Geld ausgeben. Im Unterschied zum Freizeitparkpublikum handelt es sich dabei aber meist nicht um mehrköpfige Familien. Die Stadtverwaltung schätzt, dass zwischen 2'000 bis 5'000 Übernachtungen pro Saison aus den Spielen resultieren. Mit diesen wirtschaftlichen Effekten und einem erhofften positiven Imagetransfer rechtfertigte die Stadt ihre starke finanzielle Unterstützung des Vereins und ihr Engagement beim Bau des Stadions.

Auf das engere Umfeld des EUROPA-PARK mit Tiefland auf der rechten Rheinseite, Kaiserstuhl, den Gemeinden der Vorbergzonen und dem angrenzenden Schwarzwald entfallen nach den Ergebnissen der Befragungen rund 392'000 *direkt* induzierte Übernachtungen, inklusive der parkeigenen Hotels, die nicht entstanden wären, wenn es den Freizeitpark nicht gäbe. Weitere 220'000 *indirekt* erzeugte Übernachtungen treten in diesem Gebiet hinzu. Für das Elsass als Urlaubsgebiet bietet der EUROPA-PARK ebenfalls ein Zusatzangebot, das in Form einer sekundären Koppelungsaktivität aufgesucht wird.

Um den Gästen die Zimmersuche zu erleichtern und sie am Ort zu halten, wurde 1998 eine Kooperation zwischen dem EUROPA-PARK, vierzehn umliegenden Gemeinden und einer Buchungszentrale in Freiburg (FIT) ins Leben gerufen, an der inzwischen 111 verschiedene Anbieter mit ihrem Beherbergungsangebot beteiligt sind. Das Buchungssystem kann direkt vom Haupteingang des EUROPA-PARK sowie in den Tourismus-Informationsbüros der beteiligten Gemeinden aufgerufen werden. Der Kunde erhält umgehend einige Vorschläge und wird über Preise und Ausstattung informiert. Alle Anbieter sind nach den Standards des Deutschen Tourismusverbandes klassifiziert. Die mittlere Verweildauer der Gäste stieg von 1.4 Nächten (2002) auf 1.7 Nächte (2005) an, die Gruppengrösse liegt bei 3.5 Personen. Diese Werte entsprechen jenen in den parkeigenen Hotels, unterscheiden sich aber völlig vom klassischen Fremdenverkehr im Schwarzwald, wo der Aufenthalt länger und die Gruppengrösse kleiner ist.

Parallel dazu ergaben die Besucherbefragungen, dass der Wunsch, einmal in einem parkeigenen Hotel zu übernachten, nach dessen Eröffnung nicht abgenommen, sondern zugenommen hat. Durch das neue Angebot wurde folglich eine verstärkte Nachfrage ausgelöst.

6 Wirtschaftliche Effekte und Multiplikatorwirkung

Der wirtschaftliche Gesamteffekt einer Freizeitdestination setzt sich aus fünf Bestandteilen zusammen, nämlich

- den Beschäftigungseffekten,
- den Einkommenseffekten,
- den im Vorfeld und bei Betrieb anfallenden Steuereinnahmen,
- der für die Durchführung des Vorhabens erforderlichen Produktion und
- der aus den Einkommen plus Abschreibungen resultierenden Wertschöpfung.

In der Fachliteratur wird dabei üblicherweise zwischen direkten, indirekten und induzierten Effekten unterschieden. Die *direkten Effekte* beruhen auf den Investitionen und laufenden Betriebsausgaben sowie den Einkommen der Beschäftigten des Unternehmens EUROPA-PARK, wobei zusätzlich Einkommen von jenen Personen, die in der Freizeitdestination unmittelbar tätig werden, hinzutreten, wie z. B. bei einer Zusammenarbeit mit Künstleragenturen und anderen Ausstellern, Verkauf von Waren und Dienstleistungen durch Kooperationen mit sonstigen Firmen

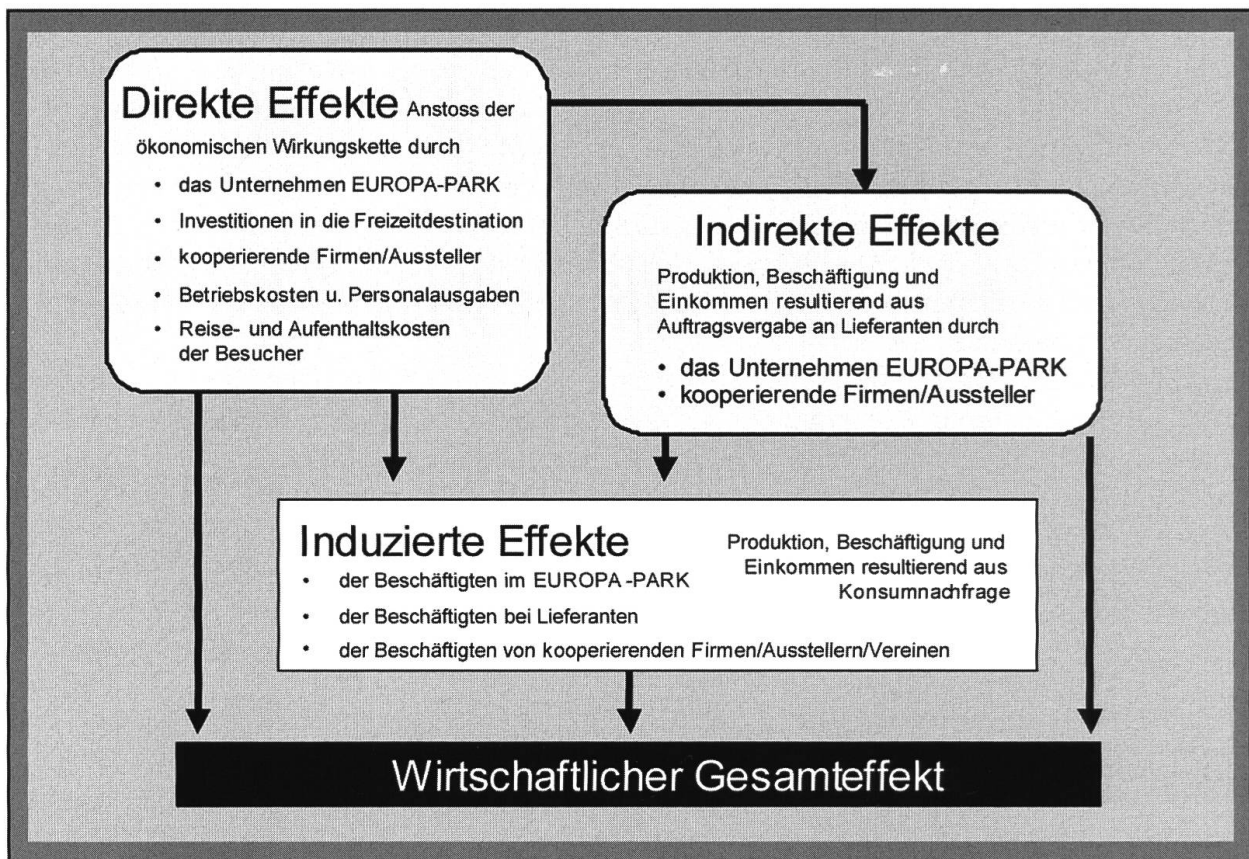


Abb. 6 Der wirtschaftliche Gesamteffekt einer Freizeitdestination.

oder auch Reinigungspersonal. Weiterhin gehören zu den direkten Effekten die Ausgaben der Besucher, die im Zusammenhang mit der An- und Abreise und dem Aufenthalt, für Übernachtung, in der Gastronomie oder für Andenken und Souvenirs entstehen, ohne die Eintrittsgebühren (s. Abb. 6).

Die *indirekten Effekte* setzen sich aus Vorleistungen und Verflechtungen der Freizeitdestination mit anderen Unternehmen zusammen. Hierzu gehört insbesondere die Auftragsvergabe an Lieferanten für Waren und Dienstleistungen, bei den Attraktionen und Fahrgeschäften, in der Gastronomie, bei Planungsbüros, Werbe- und Medienagenturen u. a. m. Zu den *induzierten Effekten* zählen die Einkommensverwendungen der in der Freizeitdestination bzw. beim EUROPA-PARK Beschäftigten und jener Personen, die indirekt vom Unternehmen abhängig sind.

Gute Grundlagen liegen über die *direkten Effekte* vor. Beispielsweise vergibt das Unternehmen durch seine Investitionen Aufträge an Lieferanten im Umfeld, die zusätzliche Produktion anstossen (s. Abb. 7). Ebenso wirkt sich die Konsumnachfrage aus den Einkommen der Beschäftigten im EUROPA-PARK aus. Durch die zusätzliche Produktion werden erhöhte Einkommen erzielt, die ihrerseits wiederum einen vermehrten Konsum der Haushalte ermöglichen und in erweiterte Produktion münden. Dieser rück- und vorwärtsgekoppelte Regelkreis wird als Multiplikatorprozess bezeichnet und hat schliesslich vermehrte Wertschöpfung, Einkommen und Beschäftigung sowie Steuereinnahmen zur Folge.

Seit der Gründung im Jahr 1975 investierten die Familien Mack ungefähr 420 Mio. € in den heute 65 ha grossen EUROPA-PARK. Für eine grobe Abschätzung des wirtschaftlichen Gesamteffekts lässt sich ein Vergleich mit einer ähnlichen Grossveranstaltung heranziehen: Von einem Unternehmensberatungsbüro und dem Lehrstuhl für Statistik und Ökonometrie der Universität Frankfurt (*Hujer & Kokot* 2000) wurden die gesamtwirtschaftlichen und die regionalen Wirkun-

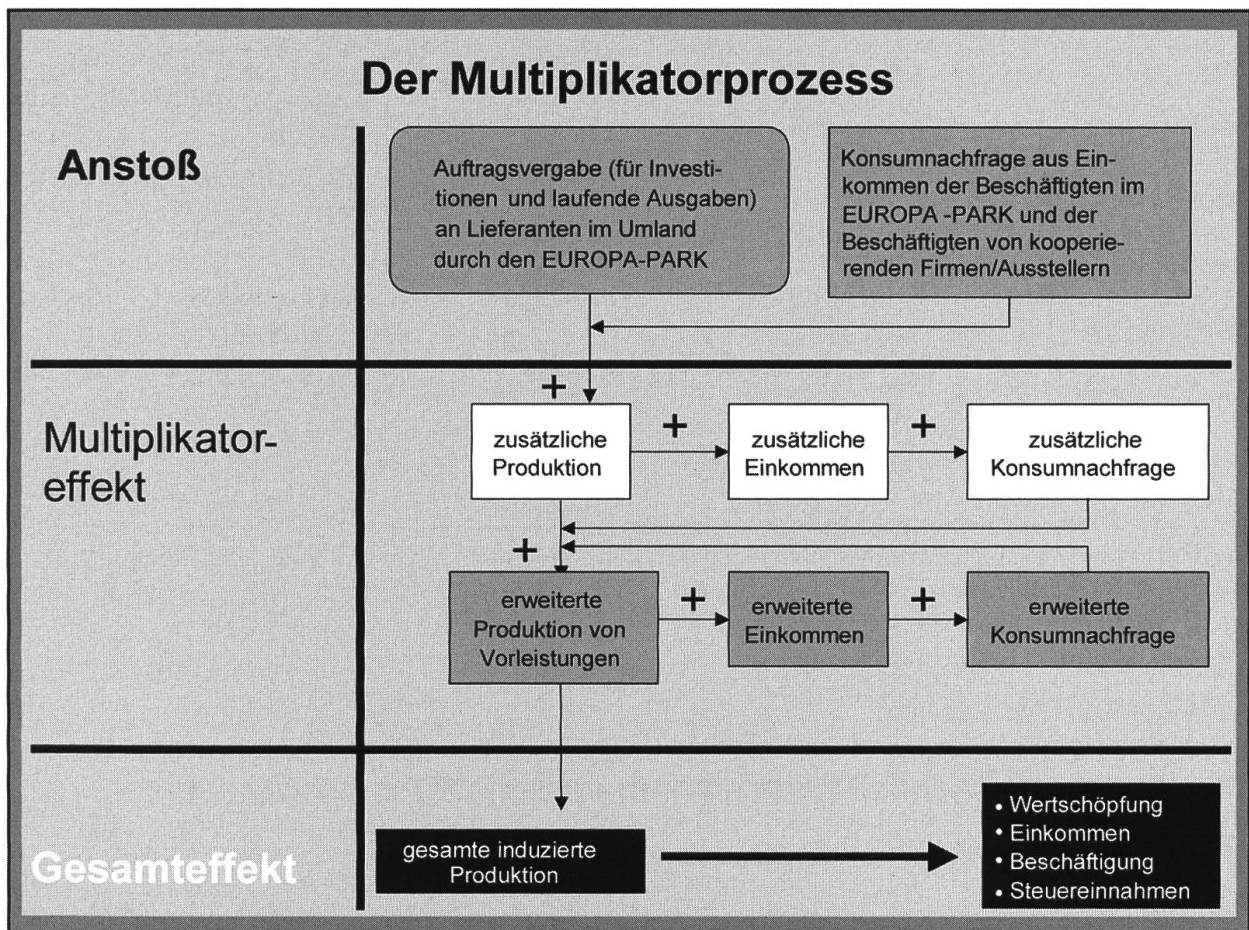


Abb. 7 Zum Multiplikatorprozess im Tourismus.

gen der Weltausstellung EXPO 2000 in Hannover analysiert. Die Autoren kommen in der “Minimalvariante”, d. h. ohne den Bau von Bundesfernstrassen, Eisenbahn und S-Bahn bei 6’050 Beschäftigten der EXPO zu einem gesamtwirtschaftlichen Anstosseffekt in Höhe von 4.1 Mrd. €, von der ersten Planung bis zur Realisierung. Der EUROPA-PARK weist etwa 1/6 der Beschäftigten und des Besuchsvolumens der EXPO auf. Im groben Vergleich lässt sich demzufolge von einem gesamtwirtschaftlichen Anstosseffekt durch den EUROPA-PARK in Höhe von rund 0.7 Mrd. € (in Preisen des Jahres 2000) ausgehen.

Becker (2000, 18) setzt den Multiplikatoreffekt im Tourismus mit 1.3 an, wobei vorgelagerte (z. B. Einzelhandel, Verkehrsmittel) und nachgelagerte Bereiche mit ihren durch den Tourismus induzierten Ausgaben berücksichtigt sind. Die ständigen Erweiterungen, Anpassungen an neue Trends und gezielten Verbesserungen von Attraktionen führen zu jährlichen Investitionen im EUROPA-PARK in Millionenhöhe; so wurden für den “spanischen Stadtteil” insgesamt 35 Mio. € aufgewendet, für den griechischen Themenbereich waren rund 20 Mio. € erforderlich. Besonders bemerkenswert ist hierbei, dass 80–90 % der Ausgaben an Betriebe in der Region flossen; ganz im Gegensatz zur Beurteilung touristischer Grossprojekte in der fachwissenschaftlichen Diskussion, wo die Ansicht dominiert, es bliebe immer nur ein sehr kleiner Teil in der Region hängen! Nur solche Vorhaben, die nicht von Unternehmen der Umgebung geleistet werden können, vergibt der EUROPA-PARK überregional. Die gesamte touristische Wertschöpfung durch die von der Unternehmensgruppe EUROPA-PARK ausgehenden wirtschaftlichen Effekte lässt sich auf über 77 Mio. € pro Jahr grob abschätzen (Tschan 2000, 42). Allerdings sind in dieser Angabe aufgrund der notwendigen Einhaltung des Steuergeheimnisses recht grosse Unsicherheiten enthalten.

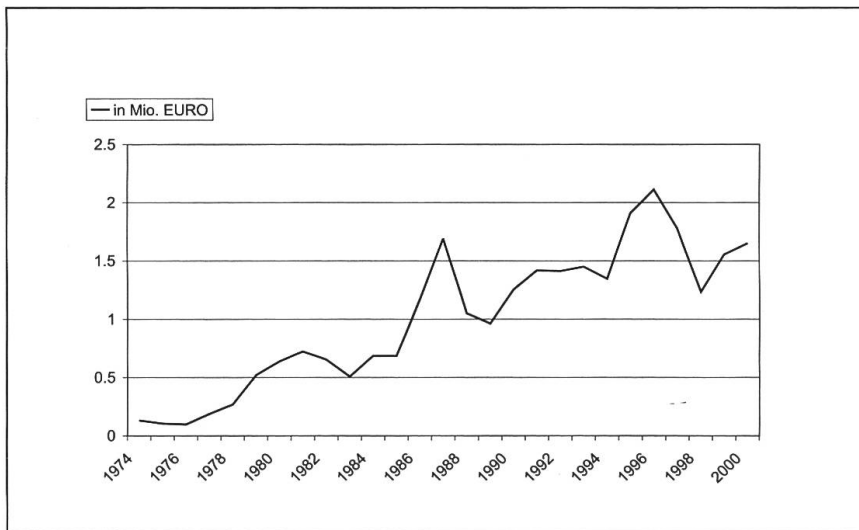


Abb. 8 Gewerbesteuereinnahmen der Gemeinde Rust 1974–2000.

Der Freizeitpark ist mit bis zu 2'500 Saisonarbeitern und 500 Dauerarbeitskräften zum wichtigsten Arbeitgeber im südlichen Ortenaukreis geworden. Er erbringt den Löwenanteil des lokalen Gewerbesteueraufkommens (vgl. Abb. 8), denn in Rust und den Gemeinden der Umgebung sind überwiegend kleine Gewerbebetriebe ansässig, die nur zwischen 5 bis 30 Mitarbeiter beschäftigen.

7 Kundenzufriedenheit, Wiederkehrbereitschaft und Verweildauer

Die führenden Freizeit- und Erlebnisparks brauchen keinen Vergleich mit Museen, Zoos und Tierparks oder anderen Typen von Freizeitzielen zu scheuen. Sowohl in eigenen Analysen wie auch bei den von der *Stiftung Warentest* (1996) durchgeführten Bewertungsverfahren schnitt der EUROPA-PARK wiederholt als Spitzenreiter ab. Seiner hohen Attraktivität entsprechend ist der Wunsch des Publikums, möglichst bald wiederzukommen, sehr stark ausgeprägt und die hohe Kundenbindung, die er genießt, drückt sich u. a. in einem umfangreichen Stammpublikum aus. Nach 30 Betriebsjahren der Freizeitanlage liegt der Anteil der Wiederholer unter dem Publikum bei knapp 80 % und nur die restlichen 20 % fahren zum ersten Mal nach Rust. Eine derart positive Akzeptanz im Laufe einer solch langen Zeitspanne verdient eine besondere Erwähnung.

Hohe Attraktivität des Angebotes und grosse Zustimmung durch das Publikum korrespondieren mit einer im Vergleich zu anderen Destinationen oder Freizeitaktivitäten überdurchschnittlich langen Aufenthaltsdauer. Während sich die Besucher in Kinos und Museen im Durchschnitt etwa zweieinhalb Stunden aufhalten, Halbtagesziele wie die Spassbäder auf drei bis vier Stunden kommen, verzeichnet der EUROPA-PARK mit einem arithmetischen Mittelwert von 8 1/2 Stunden Verweildauer je Gast und Tag (vgl. Abb. 9) mit weitem Abstand den Rekord unter allen Tagesausflugszielen. Knapp ein Viertel der Besuche umfasst inzwischen mehr als einen Tag.

Die Strategie des Unternehmens richtet sich folglich in Zukunft vor allem darauf, das Publikum länger am Ort zu binden. Durch das erweiterte Angebot sollen aus Eintagesbesuchen mehrtägige Aufenthalte entstehen. Ein derartiger Wandel im Verhalten stellt keine unrealistische Fiktion dar, sondern vollzieht sich schon seit längerem, wie die über Jahre permanent wachsende Aufenthaltsdauer der Gäste eindeutig belegt und wie EURODISNEYLAND vorexerziert hat.

Längere Heimreisewege der Gäste oder der Wunsch, den Parkbesuch am nächsten Tag fortzusetzen, ziehen notwendigerweise Übernachtungen in der Region nach sich. Durch derartige Kopplungen werden nicht nur wirtschaftliche "spill-over"-Effekte ausgelöst, sondern auch Synergien in ökologischer Hinsicht genutzt, indem An- und Abreiseverkehr zeitlich gestreckt sowie Umweltbelastungen gebündelt und auf einem begrenzten Areal konzentriert werden, das hinreichend für Ver- und Entsorgung präpariert ist.

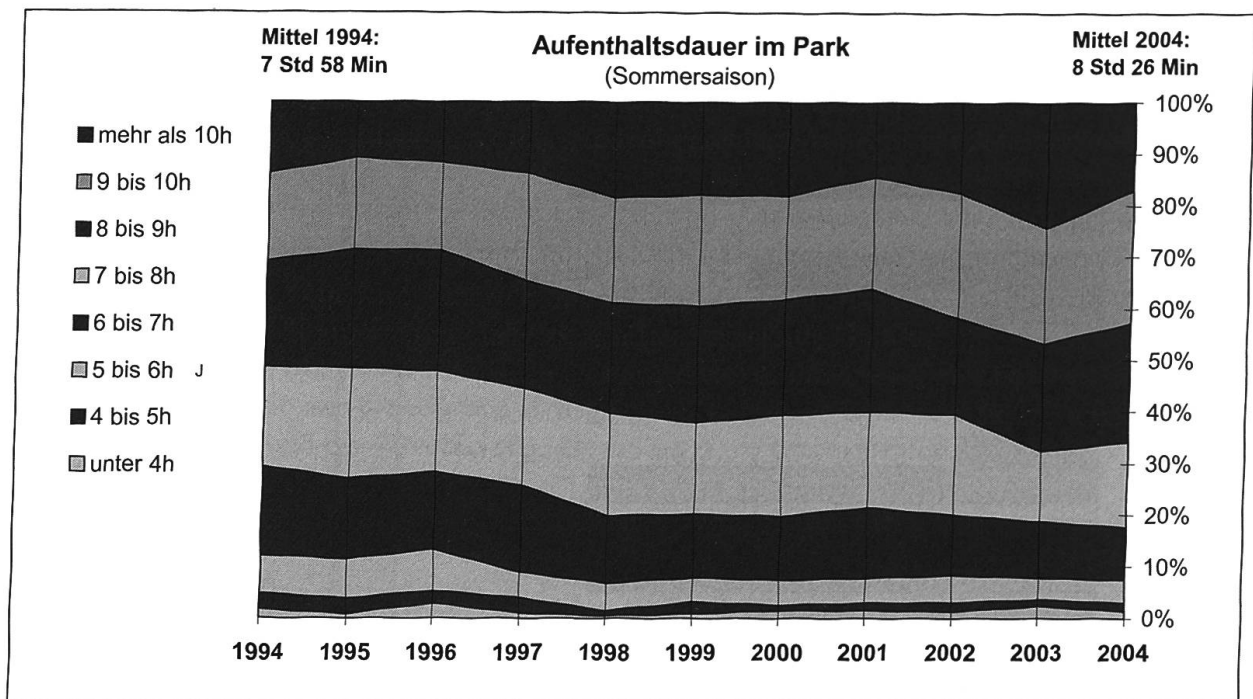


Abb. 9 Entwicklung der Aufenthaltsdauer im EUROPA-PARK.

8 EUROPA-PARK: junges Publikum mit Erlebnisorientierung

In Bezug auf das Lebensalter der Gäste weicht die Struktur des Publikums im EUROPA-PARK besonders stark vom Bevölkerungsquerschnitt ab. Aufgrund seines spezifischen Angebotes mit rasanten Fahrgeschäften zieht er vor allem jüngere Menschen an, weshalb der Altersdurchschnitt bei nur 27 Jahren liegt. Er ist damit aber nicht nur erheblich niedriger als in der Gesamtbevölkerung, sondern liegt zugleich hoch signifikant unter jenem der Urlauber in den typischen Fremdenverkehrsorten im Schwarzwald, der zwischen 40 bis 50 Jahren (s. Abb. 10) beträgt. Wie an weiteren Sachverhalten, kommt darin deutlich zum Ausdruck, dass der Freizeitpark das vorhandene regionale touristische Angebot um Inhalte, Aspekte und Formen ergänzt, die vor allem den Erwartungen junger Menschen entsprechen. Abgesehen vom statistisch hoch signifikanten Unterschied in der Alterszusammensetzung bestehen kaum weitere wesentliche Unterschiede zum Bevölkerungsquerschnitt im Einzugsgebiet, und so sind weibliche Gäste ihrem Anteil entsprechend etwas in der Überzahl gegenüber männlichen Besuchern. Gruppen junger Menschen, Pärchen sowie Familien mit Kindern bilden heute und in Zukunft die wichtigsten Zielgruppen für die Destination. Immer steht das Gemeinschaftserlebnis im Vordergrund, für das der Freizeitpark eine beliebte Kulisse bietet.

Da ein Aufenthalt in einem Freizeitpark vor allem dann Spass macht, wenn man seine Eindrücke mit anderen Menschen teilen kann, sind einzelne Besucher ohne Begleitung im EUROPA-PARK nur sehr selten anzutreffen (unter 1 %).

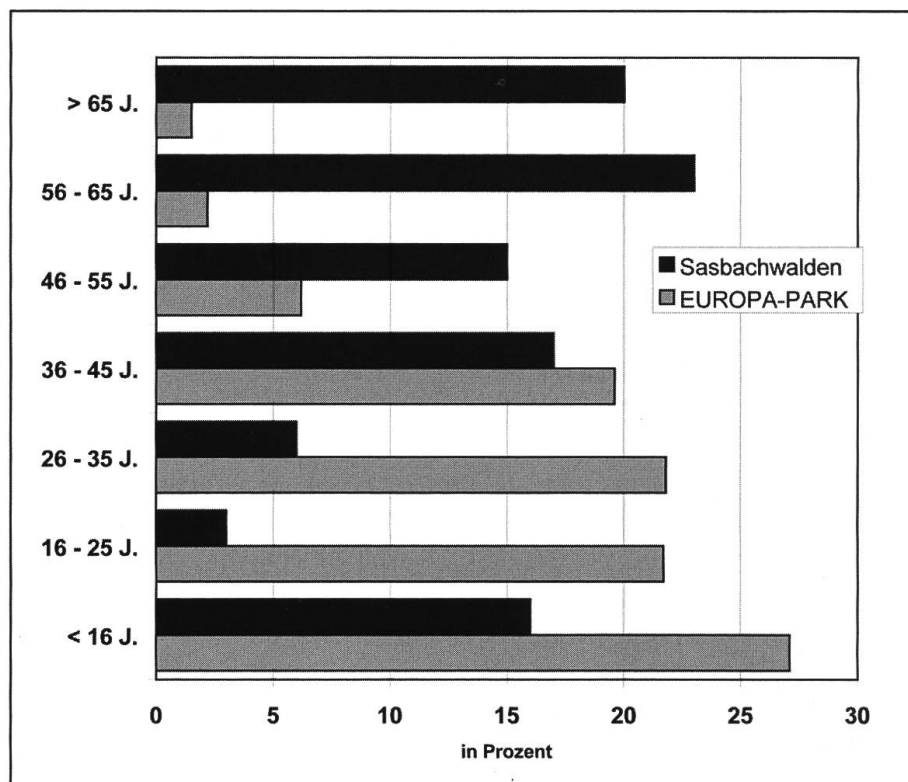


Abb. 10 Gäste in einem Fremdenverkehrsort im Schwarzwald und Publikum im EUROPA-PARK im Altersstrukturvergleich.

9 Desiderate einer grenzüberschreitenden Tourismusforschung

Das Fazit einer Studie über den grenzüberschreitenden Lebensraum am Oberrhein (*Raumordnung am Oberrhein* 1999, 10) lautete: "Ein ... bislang erst ansatzweise aufbereiteter Bereich ist das grenzüberschreitende Freizeitverhalten der Grenzbevölkerung. So wird in den Statistiken etwa des Tourismussektors in der Regel ausschliesslich nach nationalen Kategorien differenziert, was wiederum keine linearen Rückschlüsse auf die teilträumliche, grenznahe Mobilität erlaubt." Zu einer ähnlichen Bewertung kam *Dierks* (2003, 44): "Die meisten grenzüberschreitenden Begegnungen im 'kleinen Grenzverkehr' hinterlassen keine statistischen Fussspuren, offizielle Daten über die freizeitorientierten Besucher- und Verkehrsströme gibt es deshalb nicht. Interessante Aufschlüsse liefern aber Besucherzählungen und -schätzungen grosser Freizeiteinrichtungen."

In der Tat verfügen nur wenige touristische Destinationen über eine ähnlich grosse Datenbasis und analytische Kenntnis ihres Publikums wie der EUROPA-PARK. Dies gilt in besonderem Mass im grenzüberschreitenden Raum, wenn man z. B. das Publikum ähnlicher Einrichtungen beiderseits der Grenzen vergleichen möchte. Ebenso wie die Verflechtungen und Freizeitströme zwischen Quell- und Zielgebieten innerhalb der RegioTriRhena nur partiell und lokal untersucht wurden, ist für viele Einrichtungen, Museen etc. häufig nur die absolute Anzahl der Besuche oder Eintritte bekannt, und es fehlen einfachste Differenzierungen der Gäste nach nationaler Zugehörigkeit, alters- sowie geschlechtsspezifischen Zielgruppen, Besuchsmotivation, Besuchsverhalten wie Kopplungsaktivitäten. Weder sind Grösse, Struktur und Ausdehnung der Einzugsgebiete hinreichend untersucht, noch wird bei den Gästen zwischen Touristen, die sich in Urlaub befinden, und Naherholern, die von ihrem Wohnort aus starten, unterschieden.

Dieses Defizit an verlässlichen, konkret umsetzbaren Erkenntnissen aus der Begleitforschung zum Themenbereich Freizeit und Tourismus hat z. B. die Industrie- und Handelskammer Baden-Württemberg erkannt. Sie versucht seit wenigen Jahren mit der Herausgabe des IHK-Freizeitbarometers entgegenzusteuern, welches aber eher als Notlösung zu verstehen ist und viele Fragen offen lässt.

Interdisziplinäre Fachgebiete wie die Freizeit- und Tourismusforschung sind für Vergleiche, Messungen, Analysen und die Abschätzung von Entwicklungen auf eine möglichst präzise Terminologie angewiesen. Auch im Hinblick auf künftige grenzüberschreitende Projekte wäre eine Standardisierung nicht nur wünschenswert, sondern dringend geboten.

Wie auch bei der Schweizer Landesausstellung EXPO 02 umgesetzt, empfiehlt es sich sowohl aus theoretischen wie aus praktischen Erwägungen, bei allen Arten von Freizeiteinrichtungen zwischen Eintritten und der Bevölkerung, die sie nutzt, zu unterscheiden.

10 Fazit

Der EUROPA-PARK verzeichnet rund 3.7 Mio. Eintritte im Jahr. Die grösste Abweichung zum Bevölkerungsquerschnitt besteht in der Zusammensetzung der Besucher nach dem Lebensalter: Wie in allen Freizeitparks bilden primär erlebnisorientierte junge Menschen und Familien die Hauptzielgruppe, weshalb auch kaum Einzelreisende auftreten. Tagesausflügler (Naherholer) dominieren mit 74 % unter dem Publikum; Urlauber stellen etwa 26 % der Gäste. Aufgrund des breiten, attraktiven Angebotes verweilen alle Gäste ohne Unterschied ungewöhnlich lange im Freizeitpark. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer stieg von Jahr zu Jahr und liegt heute bei rund 8 1/2 Stunden pro Tag. Kein anderes Tagesausflugziel in Mitteleuropa weist einen auch nur annähernd so hohen Wert auf.

Auf diesen sich allmählich vollziehenden Wandel vom Eintagesausflugsziel zur Kurzurlaubsdestination zielte das Unternehmen mit Bau von Hotels und seinem in den letzten Jahren stark erweiterten Angebot an Übernachtungskapazitäten.

Die hohe Attraktivität des Freizeitparks, der Wunsch der Gäste, den Besuch am nächsten Tag fortzusetzen, sowie lange Heimreisewege führten im Jahr 2004 zu rund 300'000 Übernachtungen in parkeigenen Anlagen. Darüber hinaus profitierte aber auch die Umgebung, denn wie sich aus Hochrechnungen ableiten lässt, wurden im Jahr der Eröffnung des Hotels Colosseo etwa 200'000 Übernachtungen in kommerziellen parkfremden Beherbergungsbetrieben in der Nachbarschaft um Rust direkt induziert.

Das erlebnisorientierte Angebot des EUROPA-PARK deckt ein spezifisches Segment der touristischen Nachfrage ab und verstärkt Anziehungskraft und Attraktivität der gesamten Region. Es trägt heute bereits zu einer Verlängerung des Aufenthaltes von Urlaubern im grenzüberschreitenden Raum bei, sei es in den Vogesen oder im Schwarzwald. Ebenso profitiert der Städtetourismus, dessen Merkmal gerade eine kurze Aufenthaltsdauer ist, von diesem Effekt. Die Stadt Freiburg i.Br. verdankt dem EUROPA-PARK pro Jahr ungefähr 24'000 direkt induzierte Übernachtungen.

Der zur Multifunktionsanlage gewandelte Freizeitpark ist mit bis zu 2'500 Saisonmitarbeitern und 500 Dauerarbeitskräften heute zum wichtigsten Arbeitgeber nicht nur in der Gemeinde Rust, sondern in der ganzen südlichen Ortenau geworden.

Um das erreichte Niveau für die kommenden Generationen zu sichern und um die sich aus der vorhandenen touristischen Nachfrage eröffnenden Chancen und Optionen auch künftig wahrnehmen zu können, wurde eine erneute strategische Weichenstellung erforderlich. Rechtzeitig und vorausschauend sicherte sich das Unternehmen ausreichende Reserveflächen, die im Regionalplan am geplanten Dienstleistungsschwerpunkt Ringsheim-Rust ausgewiesen sind.

Literatur

- Badische Zeitung 10.05.1999.
- Becker Ch. 2000. Freizeit und Tourismus in Deutschland. Eine Einführung. In: Institut für Länderkunde (Hrsg.): *Nationalatlas der Bundesrepublik Deutschland, Bd. 10: Freizeit und Tourismus*. Berlin, 12–21.
- Bosch G. 2003. *Regionalwirtschaftliche Effekte des Europa-Park in Rust*. Zulassungsarbeit f. das Staatsexamen, Institut für Kulturgeographie Freiburg i.Br., 1–81.
- Braeuner G. 1995. Coopération culturelle. Entre chien et loup. *Saisons d'Alsace* 128: 189–212.
- DWIF (= Deutsches wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr) 1995. *Tagesreisen der Deutschen. Struktur des Tagesausflugs- und Tagesgeschäftsreiseverkehrs in der Bundesrepublik Deutschland*. München, = Schriftenreihe H. 46, 1–250.
- Dierks L. 2003. Grenzenloses Freizeitvergnügen. *Regio Report* 44: 44–45.
- Feige M., Feil Th. & Harrer B. 2000. Regionalwirtschaftliche Bedeutung des Tourismus. In: Institut für Länderkunde (Hrsg.): *Nationalatlas der Bundesrepublik Deutschland, Bd. 10: Freizeit und Tourismus*. Berlin, 116–117.
- Fichtner U. & Michna R. 1987. *Freizeitparks. Allgemeine Züge eines modernen Freizeitangebotes, vertieft am Beispiel des EUROPA-PARK in Rust/Baden*. Freiburg i.Br., 1–421.
- Fichtner U. 2000. Freizeit- und Erlebnisparks in Deutschland. In: Institut für Länderkunde (Hrsg.): *Nationalatlas der Bundesrepublik Deutschland, Bd. 10: Freizeit und Tourismus*. Berlin, 80–83.
- Hujer R. & Kokot St. 2000. *Gesamtwirtschaftliche und regionale Wirkungen der Weltausstellung EXPO 2000 in Hannover – Eine empirische Analyse*. Frankfurt a.M., Lehrstuhl für Statistik und Ökonometrie der Johann Wolfgang-Goethe Universität Frankfurt (Unveröffentlichtes Gutachten), 1–88.
- Michna R. 1995. Le Rhin Supérieur: une région européenne intégrée? Actualités des échanges frontaliers entre l'Alsace et le Pays de Bade. *Historiens et Géographes* 347: 445–456.
- Raumordnung am Oberrhein 1999. Perspektiven ohne Grenzen. *Der grenzüberschreitende Lebensraum am Oberrhein aus der Sicht der Bürgerinnen und Bürger: Ergebnisse einer Umfrage*. (= 7. Dreiländer-Kongress, Neustadt a.d.W. 26.11.1999), 1–49.
- Stiftung Warentest 1996. Freizeit- und Erlebnisparks. Es muss nicht immer DISNEY sein. *test* 4: 76–81.
- Tschan St. 2000. *Touristische und ökonomische Auswirkungen des EUROPA-PARK auf Rust und die Region*. Unveröffentl. Diplomarbeit, Berufsakademie Ravensburg, 49 S. + Anhang.
- Vogler B. 1996. Baden und Elsass: Die Geschichte einer 2000jährigen Nachbarschaft und ihre Folgen. In: Becker-Marx K. & Jentsch Ch. (Hrsg.): *Es ist Zeit für den Oberrhein. Fehlstellen grenzüberschreitender Kooperation*. (= Südwestdeutsche Schriften 21), Mannheim, 97–118.