

Raumwirksamkeit einer Freizeitgroßanlage
mit grenzüberschreitender Bedeutung
und ihre Perzeption durch das Publikum

Von Uwe Fichtner und Rudolf Michna

Gliederung

1. Freizeitparks als zentrale Einrichtungen
 - 1.1 Theoretischer Bezug und Forschungshypothesen
 - 1.2 Der Einzugsbereich und seine Abgrenzung
 - 1.3 Die Dynamik des Einzugsgebietes
2. Struktur und Verhalten von Freizeitparkbesuchern
 - 2.1 Das Publikum – sozialstrukturelle Kennzeichen
 - 2.2 Verhaltensunterschiede ausgewählter Besuchergruppen
 - 2.3 Zur Perzeption von Freizeitparks
3. Freizeitparks: einige strukturelle Kennzeichen und allgemeine Entwicklungen
4. Bedeutung und jüngere Entwicklung in der Bundesrepublik Deutschland
5. Die wirtschaftliche Bedeutung privater Freizeitgroßanlagen am Beispiel des EUROPA-PARK
 - 5.1 Einige allgemeine Betriebsdaten des EUROPA-PARK
 - 5.2 Der EUROPA-PARK als Wirtschaftsfaktor in der südlichen Ortenau

Literaturverzeichnis

Anhang: Fragebogen

„Dann es haben etlich disen brauch, das sie am sonntag auff die dörffer ziehen: gehn Weil oder gehn Binningen oder gehn Klein-Hünigen in krautgarten oder gehn Riehen zu den guten fischen und zechen da“

(Geiler von Kaysersberg um 1500)

„Das treit vil manchen großen gouch Zuo sant Arbogast und herum. Da kreuzent sie sich ummendum Und farent ouch in Ruoprechtstow, Das man die nerrin aneschow“

(Thomas Murner)

Vorbemerkung

Seit etwa 30 Jahren haben in den westlichen Industrieländern Freizeitparks, d. h. privatwirtschaftliche Anlagen mit verschiedenen Einrichtungen für Erholung und Entspannung, eine wachsende Bedeutung gewonnen. Dennoch sind über diese spezielle Freizeitangebotsform bislang nur wenige wissenschaftliche Arbeiten vorzufinden. Auf diese Lücke, die u. a. von RUPPERT (1980, S. 186) mit der Bemerkung umrissen wurde, „Die Raumwirksamkeit privatwirtschaftlicher Unternehmen und Organisationen (ist) von der Geographie noch keineswegs ausreichend erkannt“, zielte eine im Jahr 1983 durchgeführte Untersuchung über Einzugsgebiet und Besucherstruktur des EUROPA-PARK in Rust/Baden.

Unter Verwendung einer geschichteten Zufallsstichprobe wurden an 27 Erhebungstagen insgesamt 1.424 Interviews durchgeführt. Bisher liegt im europäischen Raum keine Veröffentlichung vor, die auch nur annähernd auf ähnlich umfangreiche Unterlagen zum Thema ‚Freizeitparks‘ verweisen könnte. Die gewonnenen Daten erlauben Aussagen über einfache statistische Merkmale innerhalb einer Vertrauensgrenze von ± 3 Prozent. Mit der Darstellung der Untersuchungsergebnisse soll neben der Beschreibung und Dokumentation eines Fallbeispiels zugleich ein allgemeiner theoretischer Beitrag zur zentralörtlichen Funktion von Freizeitgroßanlagen und zum räumlichen Freizeitverhalten geliefert werden.



1. Freizeitparks als zentrale Einrichtungen

1.1 Theoretischer Bezug und Forschungshypothesen

Freizeit- und Vergnügungsparks ziehen an ihren Öffnungstagen eine erhebliche Anzahl von Menschen an, die aus dispersen Quellorten eines unterschiedlich großen Hinterlandes stammen. Die Besucher nehmen Zeit- und Kostenaufwand für die Wegstrecke, den Eintritt und den Aufenthalt in den Anlagen in Kauf, um ein Angebot zu genießen, das Vergnügen, Unterhaltung und Entspannung verspricht. Über welche Entfernung und wie intensiv wirkt die Anziehungskraft solcher Freizeitanlagen, welche Formen und Strukturen weisen ihre Einzugsgebiete auf? Dies sind grundlegende Fragestellungen eines raumwissenschaftlichen Untersuchungsansatzes.

Die Analyse räumlicher Verflechtungen von Einrichtungen des Tertiären Wirtschaftssektors mit ihrem Umland kann sicherlich als Paradigma der Zentralitätsforschung angesehen werden. Für BOBEK (1969) entscheidet bereits die Zugehörigkeit zum Tertiären Sektor darüber, ob eine wirtschaftliche Aktivität zentrale Funktion besitzt oder nicht. Danach kann auch ein Freizeitpark als eine zentrale Einrichtung aufgefaßt werden. Bekanntermaßen handelt es sich allerdings beim Forschungsgegenstand der klassischen Zentralitätstheorie, dem ‚zentralen Ort‘, mit CHRISTALLERS Worten (1933, S. 25) „weder um eine Siedlungseinheit noch um eine politische Gemeinde, noch um eine wirtschaftliche Einheit“, sondern – in abstrakter Weise – um „die Lokalisation der Funktion, Mittelpunkt zu sein“. Diese Mittelpunktfunktion basiert letztlich auf den für Anbieter und Verbraucher vorhandenen Zwängen, sich wirtschaftlich zu verhalten, die zur Folge haben, daß mehrere und vor allem hochwertige Güter oder Waren gleichzeitig an einem Ort zentral angeboten werden. Da die Theorie der Zentralen Orte versucht, ein Netz von Angebotsstandorten abzuleiten und zu konstruieren, durch das ein Gebiet flächendeckend mit zentralen Gütern unterschiedlicher Rangstufe versorgt wird, gerät zunächst vor allem die Angebotsseite in ihr Blickfeld. Dies schlug sich auch in zahlreichen, mehr oder weniger vergeblichen Versuchen nieder, einen allgemeingültigen, verbindlichen Katalog mit einer bestimmten Ausstattung an Dienstleistungen und Einrichtungen für die verschiedenen Stufen der Zentralen Orte zu erstellen. Solche Kataloge legten z. B. SMAILES (1944), CAROL (1952), BRUSH (1953) oder BOUSTEDT (1962) vor. In seiner Liste der repräsentativen zentralen Einrichtungen nennt CHRISTALLER (1950, S. 367) u. a. auch Kinos, Sportanlagen, Museen und Theater, die er dem übergeordneten Sachgebiet des ‚kulturellen oder gesellschaftlichen Bereiches‘ zuweist.

Die Zentralität beruht nach dem klassischen theoretischen Ansatz auf der Eigenschaft eines Ortes, im Vergleich zu seinem Umland einen Bedeutungsüberschuß zu besitzen, der als Teilmenge der Gesamtbedeutung des Ortes aufzufassen ist. Der so verstandene Zentralitätsbegriff bezeichnet nämlich „die relative Bedeutung eines

Ortes in bezug auf das ihn umgebende Gebiet“ (CHRISTALLER 1933, S. 27). Entsprechend wird auch unterschieden zwischen einem Nahdistanzbereich, welcher die Eigenbedeutung eines zentralen Ortes widerspiegelt und einem Zeit/Weg-Aufwand von 8 – 12 Gehminuten oder 800 – 1200 m Entfernung entspricht, sowie den darüber hinausreichenden Versorgungsbeziehungen, die als die eigentlichen zentralörtlichen zu gelten haben (BORCHERDT 1977, S. 19). Überdurchschnittliche Infrastrukturausstattung und ein spezialisiertes Güter- und Dienstleistungsangebot verweisen auch auf einen Bedeutungsüberschuß von Fremdenverkehrsorten. Dieser resultiert aber weniger aus der Nachfrage im engeren Umland, sondern ist hauptsächlich ihrer Fernwirkung zu verdanken.

Zwischen dem ‚zentralen Punkt‘, als der Lokalisation einer einzelnen Versorgungseinrichtung einerseits, und der standörtlichen Vergesellschaftung mehrerer Einrichtungen, dem ‚Zentralort‘ andererseits, unterscheidet SEDLACEK (1973).

Nach diesen Gesichtspunkten sind Freizeitparks allein zwar noch kein konstitutives Merkmal für Zentrale Orte, aber sie können im Feld der Raumansprüche aus der Daseinsgrundfunktion ‚Sich erholen‘ als zentrale Punkte angesehen werden. Um ihren Bedeutungsüberschuß festzustellen, muß bei Analysen die Eigenbedeutung für den Nahdistanzbereich berücksichtigt und ihr zugehöriges Umland erfaßt und abgegrenzt werden. Die besondere Berücksichtigung des Nahdistanzbereiches erscheint auch aus weiteren Gründen am vorliegenden Fallbeispiel als berechtigt: die Einwohner von Rust haben freien Eintritt in die Anlage. Besuchsfrequenz und Akzeptanz dieses speziellen Freizeitangebotes können dadurch verstärkt werden, und es sind durchaus Unterschiede zu Gästegruppen, die aus größerer Entfernung stammen – z. B. in bezug auf die Altersstruktur –, zu erwarten, die nicht verwischt werden sollten.

Dem Konzept des Bedeutungsüberschusses steht ein absoluter Zentralitätsbegriff gegenüber, der alle aus dem Raum auf einen Zielpunkt gerichteten Interaktionen zur Grundlage hat (vgl. HEINRITZ 1979, S. 15). Entsprechend formulierte z. B. GUSTAFSSON (1971, S. 11) eindeutig: „Die Zentralität eines Ortes wird gemessen mit Hilfe der Zahl der auf ihn gerichteten Interaktionen“, und in ähnlicher Weise definierte SEDLACEK (1973, S. 11): „Zentralität ist die Eigenschaft eines Standortes, Interaktionsziel zu sein. Maß der Zentralität kann daher nur die Intensität, mit der ein Standort Interaktionsziel ist, sein.“ Unter diesem Gesichtspunkt gewinnt gegenüber dem ursprünglichen Ansatz die Nachfrageseite an Gewicht, spielt es doch keine Rolle mehr, ob der Zentralitätsgrad auf lokaler Eigenbedeutung und regionalem Bedeutungsüberschuß beruht oder durch überregionale Fernwirkung bestimmt wird.

Die Theorie der Zentralen Orte mit einem allgemeinen Modell räumlicher Wechselwirkungen (Interaktionen) in Zusammenhang zu bringen, war erklärtes Ziel von OLSSON (1967, 1970, S. 141). Er erläuterte die Anwendung von Gravitationsmodellen zur Erfassung und Analyse räumlicher Interdependenzen, wie sie z. B. bei

Einkaufsfahrten zum Ausdruck kommen. Bei Versorgungs- und Freizeiteinrichtungen kann die Intensität von Interaktionen in Anlehnung an die Verfahrensweise von SEDLACEK durch die Summe aller Besuche innerhalb eines bestimmten Zeitabschnittes operationalisiert werden. Da dieselbe Person eine Anlage u. U. mehrfach besucht, muß bei exakter Vorgehensweise zwischen den Besuchern als Personen, der Häufigkeit ihrer Besuche pro Zeiteinheit (Besuchsfrequenz) und der Summe aller Besuche in einer bestimmten Zeitspanne (Besuchsvolumen) unterschieden werden. Über solche ‚Feinheiten‘ wird leider auch in der Fachliteratur immer wieder allzu pauschal hinweggesehen. Einige wenige Grundbegriffe ausdrücklich zu definieren, ist umso notwendiger, werden sie doch manchmal auch noch mißverständlich benutzt. So ist es wenig hilfreich, wenn VÖLKSEN (1981, S. 10, 16) in seiner Studie über kommerzielle Freizeitanlagen in Niedersachsen ohne nähere Erklärung Begriffe wie ‚Besucher‘ und ‚Besuche‘, ‚Besucherfrequenzen‘ und ‚Besuchsvolumen‘ untereinander vertauscht oder wenn GEISS (1976) nur allgemein von ‚Erholungszentren‘ spricht. Ein Meßwert ‚Dichte der Besucher‘ sollte sich auf die Anzahl der gleichzeitig anwesenden Gäste in einer Anlage und die ihnen zur Verfügung stehende Nutzfläche beziehen, wobei Parkplatzflächen und Areale, die nicht für den Publikumsverkehr geöffnet sind, selbstverständlich subtrahiert werden müssen. Indizes wie ‚Besuche je 100 Einwohner eines Herkunftsortes‘ können für Vergleiche oder relative Messungen der Intensität der Verflechtungen eingesetzt werden.

Bei den meisten Analysen wird es sich anbieten, wie in unserem Fall vorzugehen, und als Grundgesamtheit für eine Stichprobenauswahl nicht die Gesamtzahl der Personen, sondern alle Besuche innerhalb einer Öffnungsperiode zu wählen, so daß jede Interaktion – hier jeder Besuch – die gleiche Chance besitzt, in die Auswahl aufgenommen zu werden. Dies wurde durch die Zählung der Tagesgäste beim Verlassen der Freizeitanlage erreicht. Mit einer entsprechenden Frage im Erhebungsbogen läßt sich dann die Besuchshäufigkeit (Besuchsfrequenz) einer Person in einem vorgegebenen Zeitabschnitt ermitteln.

Der Grad der Zentralität einer Einrichtung richtet sich somit zunächst nach der Summe der Besuche in einer definierten Zeitspanne. Die verhältnismäßig geringe Eigenbedeutung, die große Freizeitparks für ihren Nahdistanzbereich besitzen, würde übrigens auch einen vergleichenden Untersuchungsansatz ermöglichen; verliert doch damit ein Kriterium, in dem sich die beiden Methoden grundsätzlich unterscheiden, von vornherein an Gewicht. Auf welche Weise versucht wird, dem Problem zu entgehen, daß nach dem klassischen Ansatz das Ergänzungsgebiet räumlich abgegrenzt werden muß, zeigt sich beispielhaft bei RATERS (1976, S. 26), „... indem die zentrale Bedeutung eines Ortes zunächst nicht auf ein räumlich begrenztes Interaktionsfeld bezogen wird, sondern unabhängig von bestimmten räumlichen Grenzen als das Produkt aus der Zahl der kontaktnehmenden Konsumenten und der Häufigkeit und Intensität des Kontaktes aufgefaßt wird“. Dieses Verfahren zieht jedoch zwangs-

läufig eine Reihe von Konsequenzen nach sich, wobei eine ausdrücklich hervorgehoben werden soll: die Ergebnisse sind nicht mehr mit denjenigen des ursprünglichen Ansatzes vergleichbar, weil a priori ein Gut oder eine Einrichtung in der Zentralitätsskala unterschiedlich eingestuft wird. So zeichnen sich z. B. Güter des kurzfristigen Bedarfes durch relativ hohe Verbrauchshäufigkeit bei einer großen Zahl von Konsumenten und damit durch vermehrte Nachfrage pro Zeitintervall aus; ihnen wird aber nach dem klassischen Verfahren nur geringe Zentralität zugemessen. Demgegenüber werden normalerweise als hochzentrale Güter solche angesehen, die nur an wenigen Standorten angeboten werden und damit einen geringen Dispersionsgrad aufweisen. Sie entsprechen eher langfristigem Bedarf, ihre Verbrauchshäufigkeit je Zeiteinheit oder Person ist gering und der Kreis der Nachfrager relativ klein. Da es sich außerdem oft um verhältnismäßig teure Dienstleistungen oder Waren handelt, kann die absolute Nachfragehöhe durchaus bescheiden sein. Würde man, wie oben vorgeschlagen, ausschließlich Häufigkeit und Intensität des Kontaktes als Kriterium für die Einstufung eines Gutes auf einer Zentralitätsskala verwenden, so müßten solche Güter teilweise als wenig zentral angesehen werden – was auf das Fehlen der räumlichen Dimension in der Definition zurückzuführen ist. Daß diese aber notwendigerweise etwa in Form von Distanzen oder Kosten für die Raumüberwindung in das Zentralitätskriterium einfließen muß, wird einleuchtend, hält man sich folgenden Grenzfall vor Augen: Zwei Zentrale Orte sollen in gleich starkem Maß Interaktionsziel sein, die Anzahl der auf sie gerichteten Interaktionen sei gleich hoch. Bei Ort A stammen diese jedoch alle aus der näheren Umgebung, während Ort B ein weitaus größeres Ergänzungsgebiet aufweist. Dieser Fall könnte z. B. bei zwei Mittelzentren auftreten, von denen das eine sich in einem Verdichtungsraum (Ort A), das andere sich in peripherer Lage (Ort B) befindet. Wohl mit Recht wird bei solch einem Fall im allgemeinen dem Ort mit dem größeren Einzugsbereich auch höhere Zentralität bescheinigt. Schließlich kann hier der notwendige Aufwand an Energie als Argument ins Feld geführt werden: mit den größeren Distanzen muß nicht nur für einzelne vergleichbare Interaktionen mit Ort B mehr Energie eingesetzt werden, sondern auch der gesamte Energieaufwand im Interaktionsfeld des Ortes B ist ungleich höher. Übrigens könnte man hierin ein absolutes Maß für Zentralität sehen, das zwar den Vorteil besäße, noch umfassender als das Kriterium der Summe der Besuche zu sein und auf dem Niveau einer Rationalskala zu stehen, aber den Nachteil aufweist, zumindest bisher kaum erhoben werden zu können.

„Die Existenz hierarchischer Strukturen der Freizeitzentren in der räumlichen Ordnung“ war für RÜPPERT (1975, S. 5) erst „in Ansätzen erkennbar“. Deutlich ausgeprägt dürften sie inzwischen zumindest unter den kommerziellen Anlagen privater Träger in der Bundesrepublik Deutschland sein. Freizeit- und Erlebnisparks wie der EUROPA-PARK in Rust mit über 1 Million Gästen pro Jahr (Öffnungszeit) können als hochzentrale Einrichtungen im Freizeitsektor eingestuft werden. Dies gilt

jedenfalls für europäische Verhältnisse, führt man sich die Größenordnungen vor Augen, um die es sich handelt.

Tabelle 1

Besuchszahlen ausgewählter Freizeitziele

Art und Name des Freizeitzieles	Summe der Besuche/ Eintritte pro Öffnungsperiode
Kulturzentrum	
Centre Pompidou, Paris/F	7 727 000 (1)
Technisches Bauwerk	
Eiffelturm, Paris/F	3 701 000 (1)
Schlösser und Gartenanlagen	
Verbotene Stadt, Peking/China	15 400 000 (4)
Heidelberger Schloß, Heidelberg/D	3 000 000 (3)
Versailles/F	2 850 000 (1)
Insel Mainau/D	2 000 000 (4)
Sanssouci, Potsdam/DDR	2 000 000 (4)
Schloß Neuschwanstein, Füssen/D	840 797 (2)
Schloß Linderhof, Oberammergau/D	589 035 (2)
Herrenchiemsee/D	462 975 (2)
Museen	
Louvre, Paris/F	2 877 000 (1)
Vatikanische Museen, Rom/I	2 000 000 (4)
Deutsches Museum, München/D	2 000 000 (0)
Römisch-Germanisches Museum, Köln/D	1 000 000 (4)
Freilichtmuseum Cloppenburg/D	300 000 (4)
Volksfeste	
Münchner Oktoberfest, München/D	ca. 7 000 000 (4)
Cannstatter Wasen, Stuttgart/D	4–5 000 000 (4)
Hamburger Sommerdom, Hamburg/D, ca.	800 000 (4)

- Quellen: (1) MESPLIER, A., 1984, S. 353, 357
 (2) Amusement-Industrie 55/1984, S. 32
 (3) FRICKE in BORCHERDT, 1983, S. 151
 (4) Verschiedene Medien, z.B. Tagespresse

In vielen Fällen spielt nicht nur eine einzelne Einrichtung oder ein einzelnes Bauwerk, sondern auch das städtische Umfeld eine entscheidende Rolle für die Anziehungskraft von Freizeitzielen. Als Einzelbauwerk dürfte in Deutschland das Schloß Neuschwanstein bei Füssen die größte Freizeitattraktion darstellen. Es hat sich zur Haupteinnahmequelle der ‚Bayerischen Verwaltung der staatlichen Schlösser, Gärten und Seen‘ entwickelt, wenn auch mit dem Publikumsgeschäft allein keine wirtschaftliche Rentabilität erzielt wird. Die Angaben über die Summe der Besuche pro Öffnungszeit im Schloß Neuschwanstein schwanken zwischen 850.000 und rund 1.2 Mio. (DIE ZEIT 1984, Nr. 33). Besonders geschätzt wird es von Amerikanern und Japanern. An Spitzentagen mit bis zu 10.000 Besuchern platzt es sozusagen ‚aus allen Nähten‘, während die in Planung, Anlage und Organisation auf starken Andrang eingerichteten großen Freizeitparks in der Bundesrepublik ohne weiteres das Doppelte dieses Wertes verkraften. Aber nicht nur die Schlösser allein werden als Ausflugsziel geschätzt, oft sind es auch die sie umgebenden Park- und Gartenanlagen (vgl. Tab. 1). Das niederländische Tulpenzentrum KEUKENHOF registriert zwischen 800.000 und 900.000 Menschen p. a. (AMUSEMENT-INDUSTRIE 57/1985, S. 37). Auch Bildung besitzt beachtlichen Freizeitwert. Das wird an den Besuchszahlen deutlich, die große Museen verzeichnen. Im ältesten deutschen Freilichtmuseum, dem Niedersächsischen Freilichtmuseum Cloppenburg, sind es rund 300.000 pro Jahr. Alles Genannte stellt jedoch der Kaiserpalast in Peking in den Schatten, dessen ehemalige ‚Verbotene Stadt‘ täglich 40.000 Menschen besichtigen sollen (s. o.).

1.2 Der Einzugsbereich und seine Abgrenzung

Der geographische Raum, aus dem Interaktionen auf einen Zielort gerichtet sind, wird hier in Anlehnung an den in der Fachliteratur üblichen Sprachgebrauch als Einzugsbereich bzw. -gebiet bezeichnet. In etwa synonyme Verwendung finden sich Begriffe wie Marktgebiet, Einflußbereich, Absatzgebiet, Umland, Hinterland, Ergänzungsgebiet u. a., welche die funktionale Verflechtung zwischen Zentrum und Peripherie ausdrücken sollen (genauer hierzu z. B. SCHWARZ 1966, S. 384).

Auf welche Weise läßt sich nun der Einzugsbereich einer zentralen Einrichtung ermitteln, und nach welchen Kriterien soll er abgegrenzt werden? In Arbeiten über das Einkaufsverhalten findet man häufig den Vorschlag, die Kunden nach ihrem Wohnstandort zu befragen und aus allen Angaben das arithmetische Mittel der Entfernung zwischen Wohnung und Versorgungsstandort zu bilden. Dieser Wert soll dann als äußere Grenze des Einzugsbereiches gelten. Da jedoch durchaus nicht alle Kunden einer Versorgungseinrichtung – im vorliegenden Fall alle Besucher des Freizeitparks – unmittelbar von ihrer Wohnung aus den Zielort aufsuchen, bleibt dieses Verfahren allzu oberflächlich und damit unbefriedigend (vgl. HEINRITZ

1979, S. 108). Vielmehr sollte bei räumlichen Analysen des Nachfrageverhaltens im Freizeitsektor grundsätzlich zwischen dem Wohnstandort und dem Ausgangsort für eine zielgerichtete Aktivität unterschieden werden. Diesem Anspruch werden manche Studien nicht gerecht, so z. B. ERDEL u. HARTL (1983, S. 122), wenn sie den Einzugsbereich eines alpinen Skigebietes nach der Herkunft der Gäste abgrenzen und dabei den Hauptwohnsitz verwenden, um Präferenzfelder zu konstruieren.

Es wurde deshalb beim mündlichen Interview danach gefragt, von welcher Ortschaft aus man die Fahrt nach Rust angetreten hatte und ob die Absicht bestand, noch andere Ziele anzusteuern. Um die Ausgangsorte eindeutig identifizieren zu können, empfiehlt es sich, auch nach den Postleitzahlen der Gemeinden zu fragen. Sie sind zumindest in den Fällen, wo es sich um den eigenen Wohnsitz handelt, praktisch jedermann geläufig. Außerdem ist es durch diese Kontrollfrage möglich, auch in Zweifelsfällen, wie sie bei manchen gleichlautenden Ortsnamen oder bei sprachlichen Mißverständnissen durch das Interview in einer Fremdsprache immer wieder auftreten, eine korrekte Einordnung vorzunehmen. War die Ausgangsgemeinde ein Urlaubsort oder fand die Fahrt im Rahmen eines Kurzbesuches bei Bekannten o. ä. statt, so wurde auf diese Kontrolle verzichtet, weil die Befragten damit oft überfordert gewesen wären.

Die Mehrzahl der Besucher (78%) war von ihrem Wohnsitz aus nach Rust gekommen. Bei 16% aller Befragten handelte es sich um Urlauber, die von ihrem Feriendomizil aus einen Ausflug unternommen hatten. Bei den restlichen 6% war aus anderen Gründen der Startpunkt der Anfahrt nicht zugleich der eigene Wohnort, z. B. weil ein Kurzbesuch bei Bekannten vorlag.

Damit läßt sich grob abschätzen, wie hoch die Fehlerquote bei Zielgebietsuntersuchungen ist, die versuchen, mit Hilfe der Erhebung von Kraftfahrzeugkennzeichen Einzugsgebiete zu ermitteln. Dieses Verfahren wird für räumliche Analysen des Freizeit- und Versorgungsverhaltens gerne angewendet, weil sich die Autokennzeichen bei Zählungen des fließenden oder ruhenden Verkehrs relativ problemlos und mit verhältnismäßig geringem Aufwand erfassen lassen. Unter der Annahme, das Autokennzeichen gäbe zumindest den Stadt- oder Landkreis an, in dem die Befragten den ‚Mittelpunkt ihres Lebens‘ (Hauptwohnsitz) haben – was keinesfalls immer zutreffen dürfte – hätte diese Vorgehensweise im vorliegenden Fall allein aufgrund der Besucher, die nicht direkt von ihrer Wohngemeinde aus anreisten, zu einem Fehler von fast 25% geführt. Die Fehlerquote ist im konkreten Fall wohl von der Bedeutung des Zieles, seiner Zentralität und der Struktur des Quellgebietes abhängig. In Fremdenverkehrsgebieten mit hohem Zweitwohnungsanteil oder im Bereich von Gemeinden mit einem hohen Anteil an Personen, die dort einen Nebenwohnsitz aufweisen, wie bei Studenten, Militärangehörigen oder anderen Berufs- und Ausbildungsfernpendlern, dürfte sie besonders hoch sein.

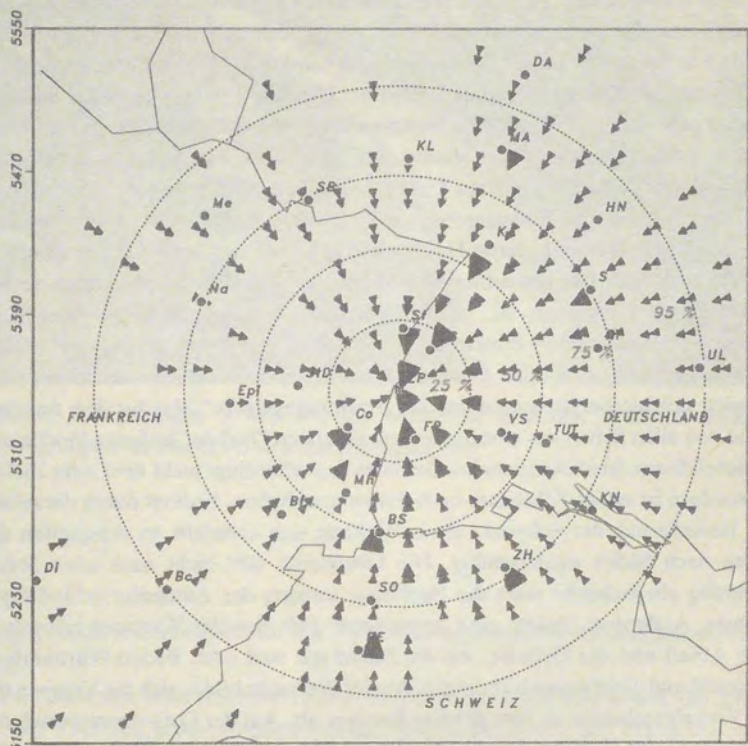
Die von den Befragten angegebenen Ausgangsorte für die Fahrt nach Rust wurden in UTM-Koordinaten übertragen, um eine eingehende statistische Auswertung vornehmen und vollautomatisch Computer-Karten zeichnen zu können. Mit diesem Verfahren sind einige Vorteile verbunden. Computerkarten können, wenn die Grundlagen geschaffen sind, relativ rasch vielfältige und unterschiedliche Gesichtspunkte darstellen. So wurden die folgenden Karten unmittelbar aus den Angaben in den Fragebogen konstruiert. Dabei ist eine Generalisierung unumgänglich. Gitterfelder mit je 20 km Seitenlänge wurden als Bezugsflächen gewählt. Zunächst wurde ermittelt, wieviele Beobachtungen pro Gitterquadrat entfielen. Nach diesem Wert wurde die Größe der Pfeilsymbole bemessen (vgl. Karte 1). Die kumulierte Summenhäufigkeit der Besuche ist durch konzentrische Kreise um den Zielpunkt Rust angegeben.

In der Saison 1983 wurde für einen Besuch des EUROPA-PARK im arithmetischen Mittel eine Luftliniendistanz von 87 km überwunden. Die so verstandene durchschnittliche Reichweite unterliegt aber einer recht großen Schwankungsbreite. Aus dem relativ dünn besiedelten ländlichen Raum der unmittelbaren Umgebung bis zu den anschließenden Ballungsgebieten Straßburg-Kehl im Norden und Freiburg im Süden stammen knapp 25% der Besuche. Dies entspricht einer Luftliniendistanz von 40 km. Bis zu 50% aller Fahrten werden in einem Umfeld mit 80 km Radius erfaßt, das bis an die Tore von Basel reicht und den größten Teil von Schwarzwald und Vogesen enthält. Um weitere 25% abzudecken, dehnt sich der Einzugsbereich bereits auf einen Umkreis mit 120 km Radius aus. Er schließt dann die Nordwest-Schweiz und die Stadtregionen Zürich und Karlsruhe ein. Schließlich liegen 95% aller Ausgangspunkte der Besuche innerhalb einer Luftliniendistanz von 175 km vom Park. Damit strahlt der EUROPA-PARK auf mehrere große Verdichtungsräume aus, wie Mannheim-Ludwigshafen, den Mittleren Neckarraum mit Stuttgart, Saarbrücken, Metz und Nancy, und es werden die Städte Bern und Konstanz erreicht. Wie dabei deutlich wird, sind Ausdehnung und Gestalt des Einzugsgebietes und Stärke des Besucherstromes einer Freizeitanlage grundsätzlich von der Verkehrserschließung und der Bevölkerungsverteilung abhängig (vgl. KERSTIENS-KÖBERLE 1975, über Reichweiten freizeitorientierter Infrastruktur). Dies zeigte sich auch in der Untersuchung von GEISS (1976) über das Verkehrsaufkommen bei den Anlagen VOGEL-PARK WALSRODE, SENNE-GROSSWILD-SAFARI STUKENBROCK und MÄRCHENLAND VERDEN. In der von ihm durchgeführten Faktorenanalyse erwiesen sich die Merkmale Fahrtstrecke und Einwohnerzahl als maßgebliche Einflußgrößen für ein Regressionsmodell des Verkehrsaufkommens.

In der Karte heben sich relativ dünnbesiedelte Gebiete durch das Fehlen von Pfeilen ab, wie z. B. in Frankreich der Hagenauer Forst, der Wasgenwald, die Hochvogesen oder im Sundgau das Grenzgebiet zur Schweiz, und in der Bundesrepublik Deutschland die Höhen der Schwäbischen Alb. Dagegen zeigen die breiten Pfeile

Der Einzugsbereich des EUROPA-PARK in Rust/Baden

in der Saison 1983



0 25 50 75 100
Maßstab in km

Stichprobenumfang: 1409

Mittlere Entfernung in km: 87.06

Zähltage: 27 Tage der Saison 1983

Programmierung Dr. U. Fichtner, 1984

Staatsgrenze

● EP = EUROPA-PARK in Rust

● Städte mit Kennbuchstaben

▶ 1 <= 8000 Besuche pro 400 qkm

▶ >= 23000 Besuche pro 400 qkm

Institut für Kulturgeographie, Freiburg

einen starken Besucherstrom aus dem näheren Umland der Freizeitanlage und aus den bevölkerungsreichen Agglomerationen an, so z. B. in der Schweiz für Bern, Zürich und Basel, im Elsaß bei Mülhausen, Colmar und Straßburg und in Deutschland bei Freiburg i. Br., Karlsruhe, Stuttgart und Mannheim. Wie im weiteren näher ausgeführt wird, zeigt das Einzugsgebiet keinen Einfluß der politischen Grenzen zu Frankreich und der Schweiz; bekanntlich sind diese Grenzen sowohl in wirtschaftlicher als auch in sozialer Hinsicht verhältnismäßig durchlässig.

Darüber hinaus liefert nun eine Trendoberfläche 4. Grades, die knapp 50% der Gesamtvarianz der Besucherströme erklärt, noch weitere wichtige Hinweise (vgl. Karte 2). Die Parameter dieser Trendoberfläche wurden mit einem Rechenprogramm des Institutes für Kulturgeographie bestimmt. Die Karte wurde ebenfalls mit dem Computer gezeichnet: „Geographen benutzen Trendoberflächenkarten als ein Mittel, regionale Trends (regelmäßige Muster, die sich über ein Untersuchungsgebiet ausdehnen) von örtlich begrenzten Unregelmäßigkeiten zu unterscheiden“ (HAGGETT 1983, S. 389). Das Einzugsgebiet des EUROPA-PARK weist danach ungefähr die Form einer Ellipse auf, deren Hauptachse sich etwa auf der Linie der Rheintal-Autobahn erstreckt. Die konstruierten Isolinien der Trendoberfläche bilden zusätzlich eine dritte Dimension ab, nämlich die nach dem ausgewählten Modell zu erwartenden Besuchszahlen, etwa in der Weise wie in einer topographischen Karte die Oberflächenformen, z. B. eine Erhebung, durch Höhenlinien gekennzeichnet sind. Es handelt sich hierbei sozusagen um das „Nachfragegebirge“, das aus dem fernerem Umland von allen Seiten aus ansteigt und im innersten Oval der Isolinien kulminiert. Der Gipfel dieses dreidimensionalen Gebildes liegt allerdings nicht über dem Zielort Rust, sondern ist einige Kilometer nach Süden verschoben, bedingt durch die relativ vielen Besuche aus der Schweiz, deren Wirkung sich ebenfalls im Ausgreifen der Isolinien nach Süden niederschlägt. Die Oberfläche fällt nicht nach allen Seiten gleichmäßig ab; vielmehr sinkt die Nachfrage entlang der Autobahnverbindungen langsamer. Außerdem besteht eine Asymmetrie zwischen der Westseite mit relativ steilem Abfall und der Ostseite, wo die Nachfrage weit nach Baden-Württemberg hineinreicht und nicht so rasch abnimmt. An der Westseite bilden sich die Vogesen mit ihrem Verkehrsschatten als eine gewisse Barriere ab. Auf der Ostseite wirkt sich der höhere Anteil der Besuche aus der Bundesrepublik aus, wobei auch der Strom der Touristen zu erwähnen ist, die ihre Ferien im Schwarzwald und den angrenzenden Gebieten verbringen und von dort aus den EUROPA-PARK besuchen.

Eines der Ziele der 1983 durchgeführten Untersuchung war, herauszufinden, ob sich die grenznahe Lage einer so stark besuchten Freizeiteinrichtung wie dem EUROPA-PARK auch in der Zusammensetzung der Besucher widerspiegelt, d. h. inwieweit grenzüberschreitende Verflechtungen im Freizeit- und Erholungsverkehr auftreten. Betrachtet man die Herkunftsländer der Besucher, so macht die Anlage



Rasante Fahrgeschäfte – wie hier die Schweizer Bobbahn – ziehen spezifische Altersgruppen an und erweitern das Einzugsgebiet.

ihrem Namen insofern Ehre, als fast alle westeuropäischen Nationalitäten anzutreffen sind.

Verständlicherweise dominieren aber drei Gruppen: den Deutschen, die mit 55% im Jahr 1983 den größten Anteil stellten, folgten Schweizer und Franzosen nahezu gleichauf mit jeweils etwas über 21%. Deutlich abgeschlagen mit zusammen nur ca. 2% aller Besucher waren die übrigen Nationen, wie Niederländer, Belgier, Briten, Österreicher, Dänen und andere. Damit weist diese Anlage, soweit bekannt ist, unter den deutschen Freizeitparks den höchsten Anteil ausländischer Gäste auf.

Legt man als Potential die Anzahl der im Umkreis bis zu 150 km wohnenden Menschen zugrunde, so müßte sich rechnerisch folgende Aufteilung nach nationalen Gruppen ergeben: Deutsche 57.4%, Franzosen 20.3% und Schweizer 22.3%. Allerdings ist der Anfahrtsweg von der Schweizer Grenze mit rund 90 km doch recht weit und somit ein geringerer Anteil an Besuchen zu erwarten. Dennoch waren im Jahr der

Trendoberflaeche 4. Grades und Residuen DAS EINZUGSGEBIET DES EOPA-PARK IN RUST/BADEN

Residuen

Klasse: Grenzen

☒ 4: 33102.21 < 44136.28

☒ 3: 22068.14 < 33102.21

☒ 2: 11034.07 < 22068.14

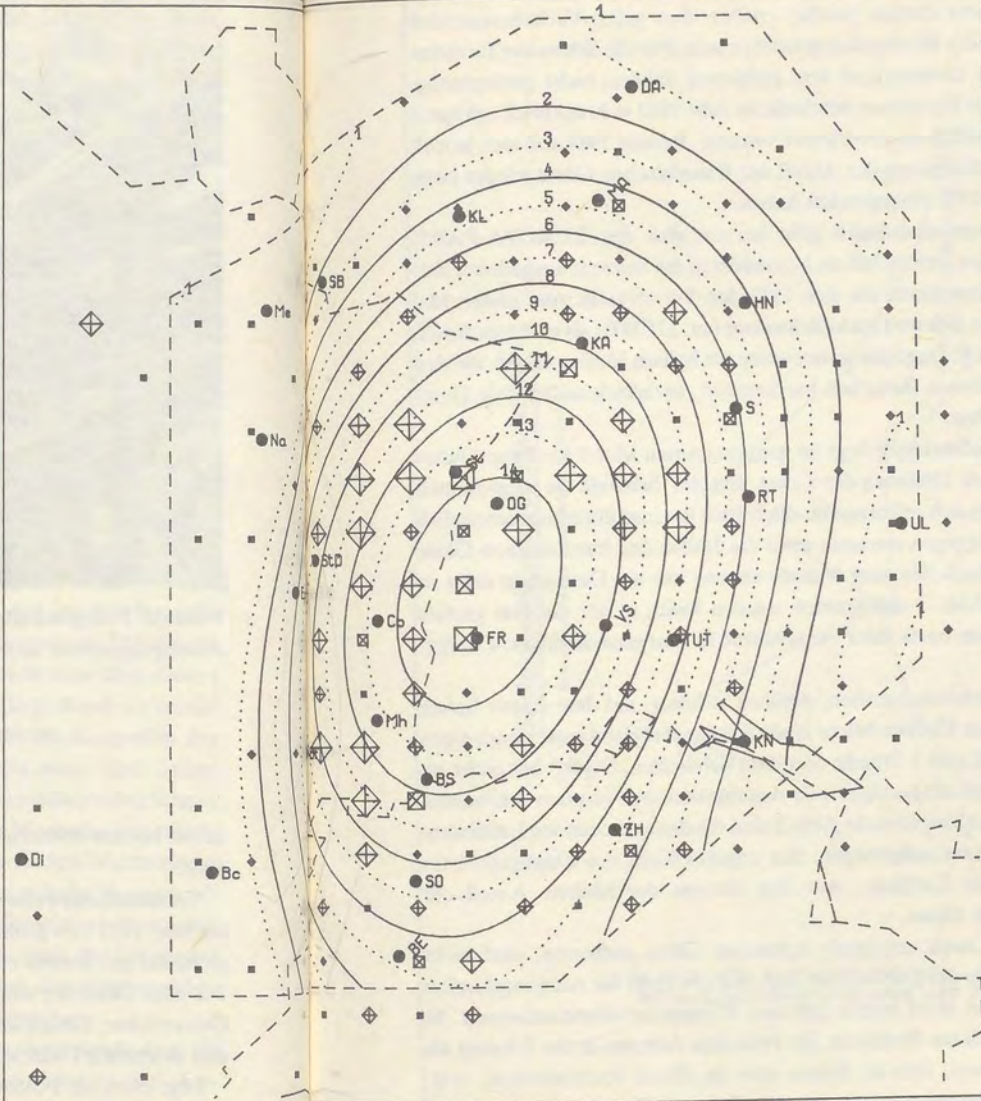
■ 1: 0.00 < 11034.07

◆ 1: -0.00 > -2799.64

◆ 2: -2799.64 > -5599.27

◆ 3: -5599.27 > -8398.91

◆ 4: -8398.91 > -11198.55



Isolinien: Besucher in der Saison 1983 je Gitter von 20*20 km (n=1389)

1 1000.00 Weitere Isolinien bis: 14 — 4000.00

2 — 2000.00

3 3000.00

4 — 4000.00

5 5000.00

6 — 6000.00

7 7000.00

8 — 8000.00

200 km

Programmierung: J. Guessefeldt

Erhebung Schweizer ungefähr genauso zahlreich im EUROPA-PARK vertreten wie Franzosen. Ausschlaggebend dürften hierfür – neben dem guten Verkehrsanschluß durch das Autobahnnetz – die Wechselkursparitäten sein. Für die Schweizer Bevölkerung ist eine Fahrt nach Deutschland seit mehreren Jahren recht preisgünstig, während Auslandsreisen für Franzosen durch die im Jahr 1983 in Frankreich erfolgten staatlichen Restriktionsmaßnahmen erschwert wurden. Bereits 1984 soll sich jedoch nach Auskunft der Geschäftsleitung der Anteil der französischen Gäste wieder beim früheren Wert von knapp 25% eingependelt haben.

Auch aus anderen Zusammenhängen geht hervor, daß der EUROPA-PARK seinen Einzugsbereich in den letzten Jahren besonders in die Schweiz ausgedehnt hat: unter den über 600.000 Besuchern, die sich 1983 den Freizeitpark zum ersten Mal angesehen hatten, befanden sich weit mehr Schweizer (ca. 175.000) als es ihrem Anteil an allen Besuchern entsprach. Dagegen waren unter der halben Million Gäste, die den Freizeitpark schon von früheren Besuchen her kannten, verhältnismäßig viele Deutsche und Franzosen zu finden.

Die Reisezeit für den Anfahrtsweg liegt im arithmetischen Mittel bei knapp unter 1 1/2 Stunden. Die größere Distanz, die Gäste aus der Schweiz im allgemeinen überwinden müssen, schlägt sich selbstverständlich auch in einer überdurchschnittlich langen Reisezeit nieder. Dagegen stammte etwa die Hälfte der französischen Gäste aus dem nahegelegenen Elsaß. Sie sind deshalb ebenso wie die Deutschen nicht so lange unterwegs, wie aus Abb. 1 entnommen werden kann, in der die drei großen nationalen Besuchergruppen nach ihrer Anreisezeit in Halbstundenklassen aufgeschlüsselt wurden.

Die signifikanten Unterschiede beruhen, deutlich sichtbar, auf dem relativ hohen Anteil der Deutschen in den Klassen bis zu einer Stunde Anreisedauer, demjenigen der Franzosen zwischen 1/2 und 1 Stunde und dem Schweizer ‚Gipfel‘ bei mehr als 1 1/2 Stunden Wegezeit. Eine länger dauernde Anreise wird nur von den Schweizern in relativ größerem Umfang akzeptiert. In Abb. 2 sind die dazugehörigen Luftlinienentfernungen auf der Abszisse aufgetragen. Ein engerer Kern des Einzugsgebietes erstreckt sich bis ca. 50 km Luftlinie. Aus ihm stammt der höchste Anteil der deutschen und französischen Gäste.

Daß in diesem Bereich auch vereinzelt Schweizer Gäste auftreten, darf nicht verwundern, denn Grundlage der Darstellung sind, wie erwähnt, die Ausgangspunkte für die Fahrt nach Rust, die nicht immer mit den Wohnorten übereinstimmen. In diesen Fällen handelte es sich um Personen, die zwar eine Adresse in der Schweiz als ihren Hauptwohnsitz angaben, aber in Baden oder im Elsaß übernachteten, evtl. Verwandte oder Bekannte besuchten, und von dort aus nach Rust kamen.

Zwischen 100 und 125 km Luftlinie bewirken bevölkerungsreiche Agglomerationen fast unveränderte, relativ hohe Anteile von Deutschen und Franzosen sowie den Schweizer ‚Gipfel‘, der im wesentlichen durch Gäste aus dem Verdichtungsraum

Die Reichweite des EUROPA-PARK

Besucheranteile nach Anreisedauer

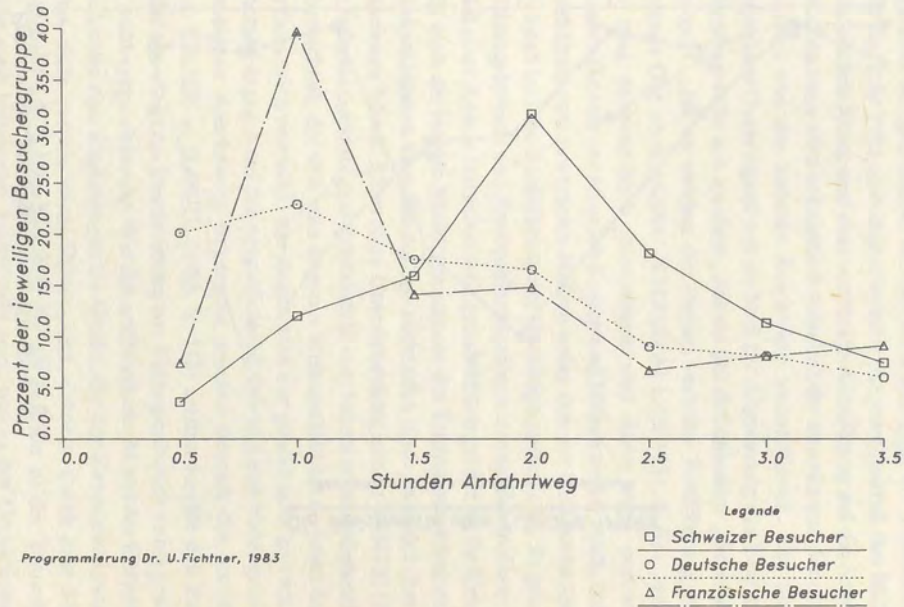


Abb. 1

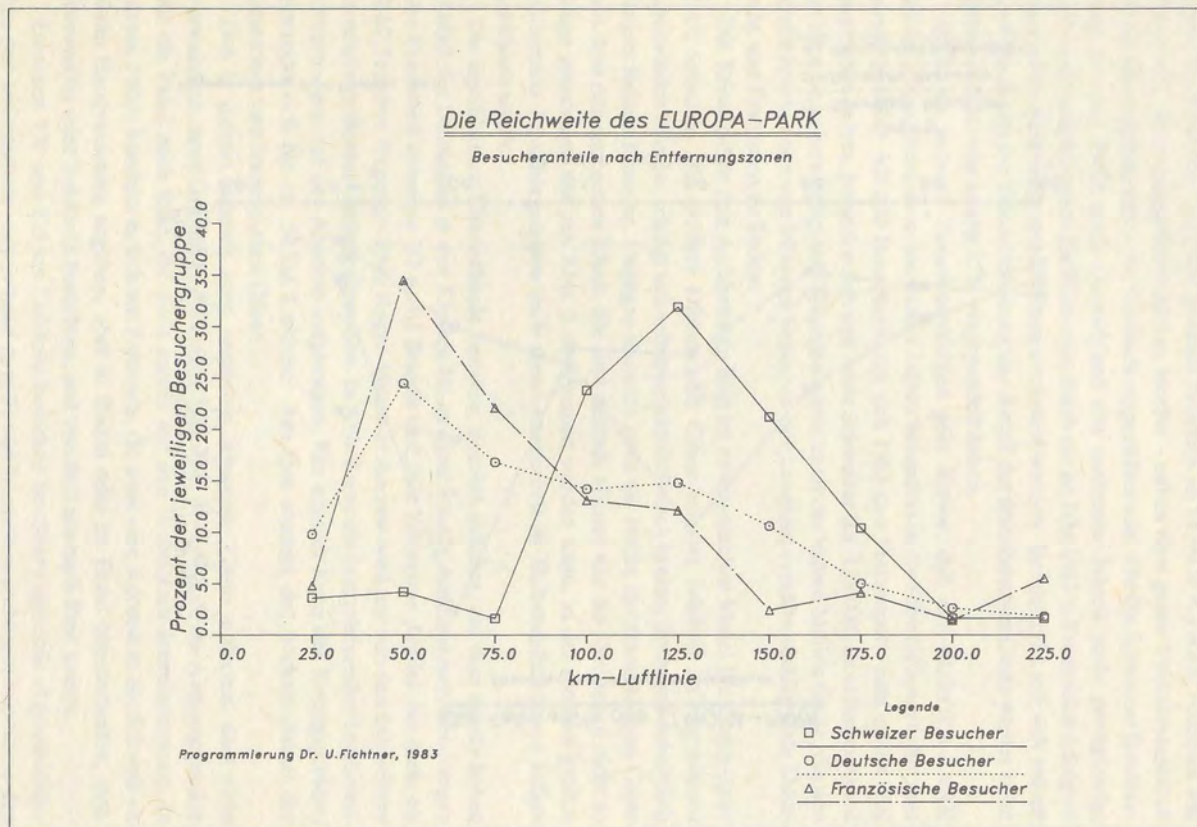


Abb. 2

Basel zustande kommt. Dementsprechend verflachen sich auch in der vorangehenden Abbildung die Kurven von Deutschen und Franzosen zwischen 1 und 2 Stunden Fahrzeit, bei gleichzeitig höchstem Anteil der Schweizer. Teilweise spiegelt sich hier der Effekt der schnellen Autobahnverbindungen wider.

Die beiden Diagramme belegen ebenso wie die Form und Lage der Trendoberfläche der Besuche für das Jahr 1983 eine abgeschwächte Anziehungskraft des EURO-PA-PARK im französischen Raum und eine verstärkte Ausrichtung auf die Schweiz.

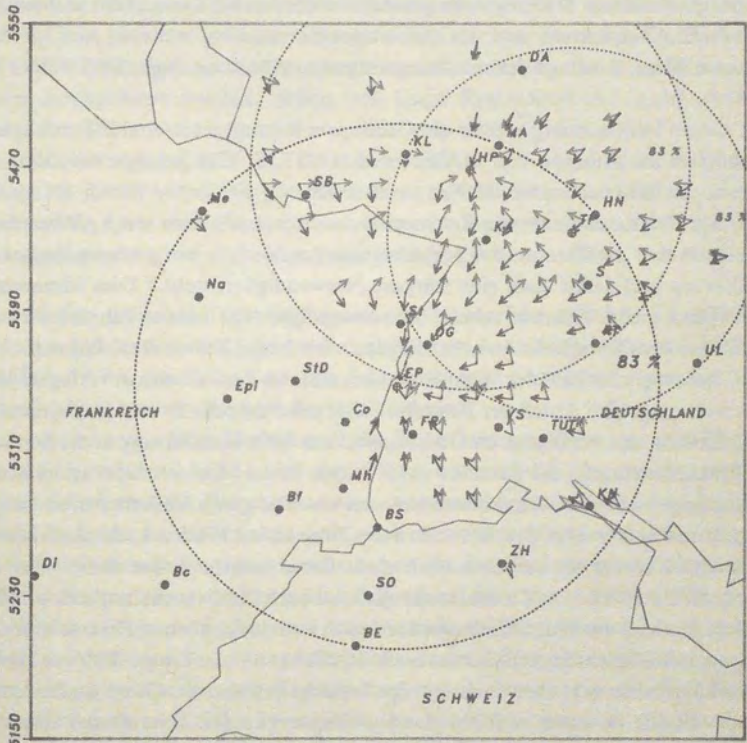
In der Zentralitätsforschung wird bekanntlich zwischen der unteren und der oberen oder auch der inneren und der äußeren Reichweite unterschieden. Die äußere Reichweite eines zentralen Gutes eignet sich als Maß zur Abgrenzung des Einzugsbereiches von der Nachfrageseite aus insofern, daß sie per definitionem „die weiteste Entfernung“ abgesteckt, „bis zu welcher die dispers verteilte Bevölkerung ein in einem Ort angebotenes Gut noch erwirbt“ (CHRISTALLER 1933, S. 32). Jenseits dieser Reichweite mag es zwar noch interessierte und damit auch potentielle Kundschaft geben, aber die aufzuwendenden Kosten und Mühen sind so hoch, daß ihr Einsatz sich im Verhältnis zum erwarteten Nutzen unter den zur Zeit vorhandenen Bedingungen nicht lohnt und die Realisierung der Nachfrage unterbleibt. So gesehen könnte man auch Einzugsbereich und Ausstrahlungsgebiet voneinander trennen. Das **Ausstrahlungsgebiet** einer Anlage wäre demnach grundsätzlich größer als ihr Einzugsbereich und umfaßt auch die latente Nachfrage jenseits der Einzugsbereichsgrenzen, sofern dort noch Informationen über die Anlage vorhanden sind. Es endet dort, wo selbst diese Informationen fehlen. Eben diese Unterscheidung nimmt WIRTH (1979, S. 214f.) zwischen Informationsfeld und Kontaktfeld vor, indem er als **Informationsfeld** jenen Raum bezeichnet, der sich vom engeren Wohnumfeld bis zu jenen fernen Regionen oder Örtlichkeiten erstreckt, von denen man nur gehört oder gelesen hat. Das Kontaktfeld beruht dagegen auf der persönlichen Erfahrung und bildet gewissermaßen den durch eigene Anschauung bekannten inneren Bereich des jeweiligen Informationsfeldes. ERDEL u. HARTL (1983, S. 112) setzten hierfür den Begriff „Aktivitätsfeld“, der allerdings zur Beschreibung von Einzugsgebieten wenig geeignet ist und dafür auch nicht vorgesehen war. Wie das arithmetische Mittel der Entfernung ist die äußere Reichweite eine eindimensionale Größe, die der Zweidimensionalität des Einzugsgebietes nicht gerecht wird. Dieses wird vielmehr durch jene Fläche beschrieben, auf welcher alle Ausgangspunkte für die Fahrten zu der Einrichtung liegen. Diese Fläche muß keineswegs kreisförmig sein, was in der Darstellung der Trendoberfläche auch deutlich zum Ausdruck kommt. Die eingezeichneten Kreise sollen lediglich der Vergleichbarkeit dienen, indem sie die prozentuale Summenhäufigkeit der Fahrten wiedergeben. HEINRITZ (1979) ist der Ansicht, daß eine schlichte Erfassung der Fahrten nicht ausreicht, um die äußere Reichweite einer Einrichtung festzustellen, weil möglicherweise Kunden aus noch größerer Entfernung kämen, sofern sie von der Einrichtung Kenntnis hätten. Dies trifft für Freizeitparks

jedoch kaum zu; denn wie noch näher gezeigt wird, beruhen die weitesten Fahrten oft auf anderen Motiven und Zielsetzungen, neben dem Freizeitparkbesuch. Sie sind deshalb mit zusätzlichen Aktivitäten verbunden oder gekoppelt, so daß diejenigen Gäste, die beabsichtigen, nur die Freizeitanlage aufzusuchen, im Durchschnitt kürzere Reisewege zurücklegen.

An der inneren oder unteren Reichweite läßt sich die Zentralität eines Angebotes ablesen. Sie ist bestimmt durch „Jenes kreisförmige Gebiet um den Standort A, das die(se) zur Kostendeckung notwendige Nachfragemenge umschließt ...“ (SCHÄTZL 1978, S. 65). Diese Aussage gilt allerdings nur unter den restriktiven Randbedingungen des Modells, wie z. B. bei einer gleichmäßigen Verteilung der Bevölkerung und bei gleichen Nachfragebedingungen im Raum. Eine Anlage, deren Einzugsgebiet die erforderliche untere Reichweite nicht aufweist, ist unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten unrentabel. Umgekehrt kann das Überschreiten der inneren Reichweite als Erreichen der Gewinnzone interpretiert werden. Durch zusätzliche Investitionen wird auch die innere Reichweite vergrößert. Je nach Höhe des unterstellten Mindestumsatzes oder einer hypothetischen Gewinnspanne kann sie für das Fallbeispiel unter den genannten Vorbehalten aus der Karte 1 abgeschätzt werden. Sie dürfte sicherlich jenseits von 120 km Entfernung (kumulierte Häufigkeit 75% aller Besuche in Karte 1) liegen. Nach CHRISTALLER ist mit der inneren Reichweite außerdem der benötigte Mindestabstand zum Einzugsgebiet des nächsten Konkurrenten gegeben. Dieser Mindestabstand ist beim EUROPA-PARK gegenüber dem HOLIDAY-PARK in Haßloch/Pfalz nicht mehr gewährleistet. So besteht verstärkte Konkurrenz im Überschneidungsbereich beider Einzugsgebiete. Der HOLIDAY-PARK strahlt weit nach Süden über den EUROPA-PARK hinaus, und dieser zieht seinerseits Besucher an, die aus Quellorten jenseits des Konkurrenzstandortes kommen (vgl. Karte 3).

Daß die Komplexität der Verflechtungen allzu stark vereinfacht wird, wenn man alle Beziehungen auf ein einziges Zentrum festlegt und daß auf einer solchen Vereinfachung basierende Abgrenzungsversuche sehr fragwürdig sind, konnte ITTERMANN (1975) in seiner Untersuchung über die Polyorientierung von oberzentralen Versorgungsbeziehungen zeigen. Dies spiegelt sich auch in Karte 3 wider. Es handelt sich in diesem Fall – um die Terminologie von ITTERMANN aufzunehmen – weder um eine ‚gruppenspezifische Polyorientierung‘, bei der die Nachfrager je nach ihrer Zugehörigkeit zu bestimmten sozialen Gruppen unterschiedliche Versorgungsstandorte auswählen, noch um eine ‚güterspezifische Polyorientierung‘, bei welcher der Versorgungsort nach dem Rang der zentralen Güter variiert. Vielmehr sind es dieselben Personen, die mal den einen, mal den anderen, mehr oder weniger auf gleicher zentralen Stufe stehenden Freizeitpark besuchen. Daraus läßt sich als allgemeine Hypothese ableiten, daß Einzugsgebiete im Freizeitsektor – vermutlich aufgrund eines höheren Gewichtes individueller Präferenzentscheidungen oder auch

Polyorientierung auf drei Freizeitparks
in Südwestdeutschland



0 25 50 75 100
Maßstab in km

Stichprobenumfang: 253
Mittlere Entfernung in km: 100.65
Zähltage: 27 Tage der Saison 1983

Programmierung Dr. U. Fichtner, 1984

- Staatsgrenze**
- EP = EUROPA-PARK/Rust
 - HP = HOLIDAY PARK/Haßloch
 - TP = TRIPSTRILL/Ludwigsburg
 - Städte mit Kennbuchstaben

Institut für Kulturgeographie, Freiburg

Karte 3

durch bewußtes Ablösen von ökonomischen Zwängen in der Freizeit – sich stärker überschneiden und noch schlechter abzugrenzen sind als bei anderen Einrichtungen im Versorgungs- und Dienstleistungsbereich. So stellten z. B. ERDEL und HARTL (1983, S. 130) bei Skitouristen eine deutliche Differenzierung individueller Präferenzfelder in ihrer Ausrichtung, ihrem Umfang, der Dichte und der Distanz fest. Außerdem wird diese Einschätzung durch Ergebnisse von Fahrtanalysen mit Hilfe von Gravitationsmodellen unterstützt. Danach sind die empirisch ermittelten Fahrtfrequenzgradienten in Stadtregionen am steilsten für den Schülerverkehr und weniger steil bei Einkaufsfahrten und im Arbeitspendlerverkehr, während sich größere Distanzen beim Ausflugsverkehr am geringsten auswirken (vgl. OLSSON 1970, S. 144).

Mit diesen Beobachtungen über die Größe von Einzugsgebieten der Freizeitparks muß folglich die Aussage von MAIER u. a. (1977, S. 121) korrigiert werden, die meinten, die Distanzempfindlichkeit im Bereich des Freizeitverhalten sei stärker ausgeprägt. Sie nahmen an, die Reichweiten bei Berufspendlern seien größer als im Freizeitverkehr, „weil hinter dem berufsbestimmten Verkehr ein größerer Bedarf der Bevölkerung und damit auch eine stärkere Notwendigkeit steht.“ Dies stimmt aber offensichtlich nicht. Vielmehr scheint die notwendigerweise höhere Fahrtfrequenz im beruflichen Pendlerverkehr es nahezu zulegen, allzu lange Reisezeiten dadurch abzubauen, daß möglichst bald der Wohnsitz etwas näher an den Arbeitsort verlagert wird.

Der weitaus größte Anteil der Besucher reiste mit Pkw oder Bus an (zusammen ca. 99%). Entlang der Autobahn im Oberrheintal mit ihrer Fortführung in die Schweiz, nach Frankreich und in das Saarland sowie in den Raum Mittlerer Neckar dehnt sich das Einzugsgebiet wie erwähnt besonders weit aus. Die guten Verkehrsverbindungen erzeugen anscheinend bei den Besuchern den subjektiven Eindruck, die Anfahrtswege seien viel kürzer als sie tatsächlich sind. Diese Interpretation basiert auf den festgestellten statistischen Zusammenhängen, wonach die Besuchsfrequenz pro Person nicht nur von der räumlichen, sondern auch von der zeitlichen Distanz abhängt. Die Besuchshäufigkeit korreliert zwar hoch signifikant mit der Länge des Anfahrtsweges (Luftliniendistanz), aber auch mit der benötigten Fahrzeit. Diese dürfte jedoch höhere Validität besitzen, weil bei gleicher Wegstrecke der Zeitaufwand selbstverständlich je nach Art des benutzten Verkehrsmittels und den Verkehrsbedingungen, wie Straßenzustand oder Verkehrsaufkommen, erheblich variiert. So ließen sich in einem Regressionsmodell nur etwa 64% (Bestimmtheitsmaß) der Varianz der Reisedauer durch die unterschiedlich langen Wegstrecken nach Rust erklären. Die Luftliniendistanzen geben außerdem nur ungenau die tatsächliche Länge des Anfahrtsweges wieder, insbesondere wenn – wie bei Ausflugsfahrten oft der Fall – das Ziel nicht auf dem direkten Weg angesteuert wird. Besucher aus dem Elsaß sind z. B. gezwungen, beim Überqueren des Rheins mit der Fähre Kappel/Rheinau u. U. zeitliche Verzögerungen wegen zu geringer Beförderungskapazitäten in Kauf zu

nehmen, oder auf entfernter gelegene Grenzübergänge auszuweichen.

Als weitere Einflußgröße führt DESCHAMPS (1980, S. 90) das ‚Renommee‘ eines Freizeitparks auf. Auch bei der Wahl des Urlaubsortes können räumliche Faktoren wie Distanz oder relative Lage für die Touristen eine geringere Rolle spielen, als vorhandene persönliche Kontakte oder Empfehlungen.

Die durchschnittliche Anfahrtszeit betrug 1 1/2 Stunden. Von den Erstbesuchern (56% im Jahr 1983) war jedoch der größte Teil länger unterwegs. Für sie und die Zweitbesucher bildeten 2 Stunden Anfahrtsweg eine deutlich markierte Schwelle, während Gäste, die häufiger kamen, mehrheitlich nur eine Stunde in Kauf nahmen. Insbesondere bei organisierten Gruppenfahrten, die von Vereinen oder Reiseveranstaltern durchgeführt wurden, ließen sich lange Reisezeiten von mehr als 2 1/2 Stunden feststellen.

Als beliebte Ausflugsziele am Oberrhein und in den angrenzenden Gebieten können z. B. die Hohkönigsburg im Elsaß mit ca. 600.000 Besuchen pro Jahr oder der Vogtsbauernhof, ein Freilichtmuseum im Kinzigtal, mit etwa ebenso hohen Eintrittszahlen, genannt werden, von den zoologischen Gärten in Basel und Karlsruhe abgesehen.

Ein ähnlich typisches Tagesausflugsziel im Grenzgebiet zwischen Deutschland, Frankreich und der Schweiz, jedoch mit noch höherer Anziehungskraft, stellt auch der EUROPA-PARK dar. Seine Attraktionen möchte man recht lange auskosten, denn im Durchschnitt bleiben die Besucher 6 1/2 Stunden.

Wie bei sonntäglichen Ausflügen in die Naherholungsgebiete, ist der Zustrom vormittags zwischen 10 und 11 Uhr am größten, während die Abreisewelle gegen 17 Uhr ihre Spitze erreicht. Reisebusse kommen in der Regel eine halbe Stunde früher auf dem Parkplatz an, fahren aber meist auch eher wieder ab, so daß sich diejenigen Gäste, die mit diesem Transportmittel anreisen, im Durchschnitt etwas kürzer in der Anlage aufhalten. Im deutlichen Unterschied zu dem von GEISS (1976, S. 99) beschriebenen Tagesgang, der wohl nur für kleinere Freizeitparks gilt, tritt beim EUROPA-PARK am Nachmittag kein nennenswerter Zustrom mehr auf.

Um diesen charakteristischen Tagesausflugsverkehr nicht nur nach seiner Intensität, sondern auch nach seiner räumlichen Reichweite zu bewerten, soll der Anziehungskraft dieses Zieles die Ausstrahlung des Ausflugsverkehrs aus einem Quellgebiet gegenübergestellt werden. In Tab. 3 sind zu diesem Zweck die von RUPPERT u. a. (1983) ermittelten Werte für den Verdichtungsraum München wiedergegeben. Der Naherholungsverkehr aus den Städten kann nach KLÖPPER (1972) als eine Erscheinung angesehen werden, die mit den zentralörtlichen Beziehungen in Art und Intensität vergleichbar, aber entgegengesetzt zu diesen gerichtet ist.

Tabelle 2

Besuchszahlen einiger Freizeitziele in
Baden, im Elsaß und in der Schweiz

Freizeitanlagen und Ausflugsziele	Besuche, Eintritte (Saison 1983)
in Baden:	
Insel Mainau	1900 000
Landesgartenschau in Freiburg	1750 000 (Saison 1986)
Europa-Park/Rust	1200 000
Karlsruher Zoo u. Stadtgarten	1000 000
Vogtsbauernhof/Kinzigtal	600 000
Landesgartenschau Lörrach	550 000
Freiburger Herbstmesse	400 000 (Herbst 1984)
Mundenhof Freiburg	300 000
Wildpark Steinwasen/Oberried	200 000
Wildpark Löffingen	200 000
Vogelpark Wiesental	95 000
im Elsaß:	
Reichenweier	ca. 1000 000
Automobilmuseum Mülhausen	624 626 (7/82-7/83)
Hohkönigsburg, Kintzheim	600 000
Unterlindenmuseum Colmar	314 067
Volerie des Aigles, Kintzheim	250 000
Eisenbahnmuseum Mülhausen	239 807
Münsterturm Straßburg	218 778
Zoo Mülhausen	192 481
Parc des Cigognes, Kintzheim	70 000
Fantasialand Morsbronn	50 000
in der Schweiz:	
Basler Zoo	850 000
KNIE Kinderzoo	500 000
Swissminiature Melide	400 000
Museum Ballenberg	350 000
Landesmuseum Zürich	250 000
Gletschergarten Luzern	150 000

Quellen: Pressemitteilungen, unveröffentlichte Schätzungen

Die periphere Lage des EUROPA-PARK, ohne vergleichbar großen Verdichtungsraum in der näheren Umgebung, äußert sich deutlich im wesentlich geringeren relativen Anteil der Besucher aus der ersten Entfernungzone. Vielmehr kommen beim Freizeitpark – relativ gesehen – mehr Besucher über eine Luftliniendistanz bis zu 250 km. Erst ab 250 km Reichweite macht sich beim Ausflugsverkehr aus München die Bedeutung der Alpen als großräumiges und besonders attraktives Zielgebiet so stark bemerkbar, daß ihre Anziehungskraft auf die Bevölkerung des Verdichtungsraumes vergleichsweise stärker und über größere Distanz wirkt als diejenige des Freizeitparks. Es erübrigt sich fast zu sagen, daß der Einzugsbereich des EUROPA-PARK nach relativen Zahlen in seiner räumlichen Ausdehnung z. B. auch das Ausflugsverkehrsgebiet von Freiburg i. Br. übertrifft, einer Stadt mit rund 176.000 Einwohnern, wo mit Schwarzwald und Kaiserstuhl attraktive Erholungsgebiete in unmittelbarer Nähe liegen.

Tabelle 3

Ausflugsgebiet und Einzugsgebiet im Vergleich

Entfernungszone	Prozentualer Anteil der Zone . . .		
	beim Ausflugsverkehr aus München (1968)	(1980)	bei Besuchern im EUROPA-PARK (1983)
0 – 30 km	20,3	26,8	15
30 – 100 km	38,9	42,4	45
100 – 250 km	33,4	25,7	39
250 u. mehr km	7,4	5,2	1
Summen:	100 %	100 %	100 %
Spaltenprozentwerte			

(Quelle: RUPPERT u.a. 1983, S. 149 u. FICHTNER/MICHNA 1987)

Für den Einzugsbereich von Sportgroßveranstaltungen in Oberzentren hat ITTERMANN (1975, S. 190) ein arithmetisches Mittel der Reichweite von 87,61 km (bei 3931 Befragungen) festgestellt, das erstaunlich nah am Wert des EUROPA-PARK von 87,1 km liegt. Da die Vertrauensgrenzen des Mittelwertes bei diesem Vergleich (mit S=95% zwischen 86 und 88 km) nicht überschritten werden, ist – aus statistischer Sicht kein signifikanter Unterschied zwischen beiden Reichweiten nachweisbar; vielmehr besteht Grund zu der Annahme, in beiden Fällen werde gleichermaßen die maximale Distanz für Tagesreisen ausgeschöpft, was zu ähnlichen Werten für die Distanzüberwindung führt, wenn sich auch die beteiligten Bevölkerungsgruppen voneinander unterscheiden mögen. Die ‚Versorgungsdistanz‘, wie ITTERMANN sie

bezeichnete, ist bei Sportveranstaltungen am größten und steht noch vor der Reichweite von Hochschulen, Theatern, ja sogar von Spezialkliniken mit 73,63 km. Auffälligerweise zeichnet sich bei der Orientierung der befragten Personen auf den Konkurrenten HOLIDAY-PARK wiederum eine ähnlich große Reichweite mit ca. 83 km ab (vgl. Karte 3).

Große Freizeitparks in peripherer Lage lassen sich somit, nach den Ausmaßen ihrer Einzugsbereiche betrachtet, durchaus wie hochzentrale Einrichtungen von Oberzentren oder Landeshauptstädten einstufen. Ihre klassischen Vorbilder waren bzw. sind auch dort lokalisiert, wie der PRATER in Wien, der TIVOLI in Kopenhagen und einige andere zeigen. Diese Standortbindung konnte in den westeuropäischen Ländern praktisch erst nach dem Zweiten Weltkrieg gelockert werden, als es durch die starke Motorisierung der Bevölkerung zu ausgeprägter Dominanz des Individualverkehrs und in seiner Folge zu erheblicher Ausdehnung der räumlichen Mobilität der Bevölkerung kam. Damit war es den Anbietern möglich geworden, für Neuansiedlungen kostengünstigere Standorte in peripherer Lage in Erwägung zu ziehen.

Kirmes, Kirchweih, Messe und Jahrmärkte, die mit ihren Schau- und Fahrgeschäften in größeren Städten periodisch abgehalten werden, haben diese Standortumorientierung teilweise noch nicht vollzogen. Ähnlich wie die großen Wanderzirkusse, suchen sie unter relativ hohen Transportkosten die räumliche Nähe zu ihren Kunden, während die stationären Freizeit- und Vergnügungsparks die Transportkosten ihren Gästen weiterzugeben vermochten (vgl. auch VÖLKSEN, 1981, S. 17). Neue Entwicklungen deuten sich an, und Mischformen sind bereits heute vorhanden, so z. B. wenn bestimmte Einzelattraktionen auf einem Freizeitparkgelände für die Dauer einer Saison oder kürzer eingerichtet werden, um dort ihr Debüt zu geben. Außerdem werden Messeplätze und Stellflächen, sofern sie innerhalb von Siedlungen liegen, zunehmend überbaut und unterliegen verschärften Nutzungskonflikten, so daß wohl in vielen Fällen, früher oder später, eine Auslagerung an den Bebauungsrand vorgenommen wird, wo auch die notwendigen Flächen für die Großparkplätze vorhanden sind. Die veränderte Standortorientierung der Freizeitparks fällt u. E. unter den allgemeinen Prozeß der Dezentralisierung und kann deshalb als ein Beispiel für die Verlagerung und den Verlust ehemals städtischer Funktionen angesehen werden, wobei der ursprüngliche Standort am Rand der Kernstadt, in diesem speziellen Fall besonders weit nach außen, in das städtische Umland verschoben wurde.

In Tab. 4 werden Dauer des Aufenthaltes von Ausflüglern im Zielgebiet und Verweilzeit der Besucher im Freizeitpark miteinander verglichen. Wie sich die Aufenthaltsdauer mit zunehmender Entfernung des Zieles verlängert, zeigt u. a. HAUSBERG (1982, S. 142). Während von den deutschen Gästen viele kürzere Zeit blieben, dehnten Franzosen ihren Aufenthalt im Freizeitpark signifikant länger aus.

Tabelle 4
Aufenthaltsdauer im Vergleich

Verweildauer am Zielort	beim Ausflugsverkehr aus München		beim Besuch im EUROPA-PARK 1983
	1968	1980	
0 – 3 Std	7,1	10,7	2
3 – 6 Std	30,1	29,2	33
6 – 9 Std	30,9	27,1	57
9 – 12 Std	10,8	10,1	7
12 u. mehr Std	21,2	22,0	0
Summe	100,00 %	100,00 %	100,00 %

Spaltenprozentwerte

(RUPPERT u.a. 1983, S. 149 u. FICHTNER/MICHNA 1987)

Besuche unter 3 Stunden Dauer sind im Freizeitpark aufgrund der bereits beschriebenen Zusammenhänge, wie z. B. dem Zeit- und Kostenaufwand durch die notwendige Distanzüberwindung und die Eintrittspreise, relativ seltener. Dagegen besteht in der Klasse von 3-6 Stunden Aufenthalt nahezu Übereinstimmung. Diese Zeitspanne ist zwar für viele Freizeitaktivitäten außer Haus typisch, charakterisiert jedoch noch nicht Besuche in großen Freizeitparks, deren Schwerpunkt zunehmend in der nächsten Klasse, zwischen 6 und 9 Stunden Dauer, liegt.

Diese charakteristische Zeitspanne für eine bestimmte Aktivität (arithmetisches Mittel 6 1/2 Stunden, Modus und Median bei 6 Stunden), dürfte auch für aktionsräumliche Forschungen unter dem Aspekt eines zeitgeographischen Ansatzes von Interesse sein. Dabei geht es u. a. um die Fragestellung, inwieweit man räumliche Aktivitäten am zeitlichen Verlauf und dem Zeitvolumen, das für ihre Ausübung verwendet wird, wiedererkennen und identifizieren kann.

Es besteht ein u-förmiger Zusammenhang mit der Länge des Anfahrtsweges: bis zu 150 km Luftlinienentfernung bleibt ein wachsender Anteil der Befragten mehr als 6 Stunden in der Anlage, ab 150 km dreht sich der Trend um, und immer weniger Besucher verweilen mehr als 6 Stunden, weil die recht lange Rückreise noch bevorsteht und eingeplant werden muß. Die Aufenthaltsdauer erwies sich als nahezu normalverteilt, mit einer leichten negativen Schiefe, die auf die Kurzbesuche aus dem Nahdistanzbereich und auf die Schließzeiten des Freizeitparks zurückzuführen war. In der Saison 1983 erzwang sozusagen die abendliche Schließung der Anlage einen vorzeitigen Besuchsabbruch bei einigen Gästen. Inzwischen wurde die Öffnungszeit während der Sommermonate in den Abend hinein verlängert. Aufenthalte über 12

Stunden beruhen beim Ausflugsverkehr größtenteils auf mehrtägigen Kurzreisen. Aufgrund der begrenzten Tagesöffnungszeiten (9 bis 18 Uhr, im Juli und August 9 bis 19 Uhr) war ein Besuch von mehr als 10 Stunden Dauer im EUROPA-PARK von vornherein nicht möglich, und er würde wohl auch keine Rolle spielen. Manche Großanlagen versuchen allerdings, die Aktivität ‚Freizeitwohnen‘ durch Hotels, Bungalowsiedlungen oder Campingplätze in ihr Angebot zu integrieren und neben dem Ausflugsverkehr auch längerfristigen Fremdenverkehr auf sich zu ziehen.

Da ein arithmetischer Mittelwert die recht große Schwankungsbreite der Reichweite nicht widerspiegeln kann, werden auch andere Parameter zu ihrer Beschreibung herangezogen, so die Standardabweichung oder auch Quantilsabstände. Die Standardabweichung unserer Stichprobe beträgt 54.74 km, der Standardfehler des Mittelwertes 1.464 km. Daraus ergeben sich die bereits erwähnten Vertrauensgrenzen für die mittlere Reichweite zwischen rund 86 und 88 km und ein oberer Wert von ca. 142 km ($m+s$), der somit als Grenze des Einzugsbereiches der Freizeitanlage interpretiert werden könnte. Aus dem entsprechenden Gebiet stammten in der Saison 1983 ziemlich genau 83% aller Besuche. Wie zu erwarten war, sind die Anreisedistanzen (Luftlinienstrecken von den jeweiligen Ausgangsorten nach Rust) jedoch nicht normalverteilt und nicht symmetrisch, sondern weisen eine positive Schiefe (1.508) und hohe Wölbung (9.486) auf. Auf Grund ähnlicher Beobachtungen plädieren HEINRITZ u. POPP (1978, S. 86) dafür, den Grenzwert zwischen dem fünften und dem sechsten Sextil als Maß für die vermutete Reichweite einer Einrichtung zu wählen, wobei sie allerdings von der Distanz zwischen Wohnstandort und zentraler Einrichtung ausgehen. Zur Unterscheidung nennen sie diesen Wert ‚faktische‘ Reichweite, die noch um den Anteil der Besucher aus dem Nahbereich bereinigt werden soll. Diese ‚faktische‘ Reichweite nach HEINRITZ u. POPP würde im vorliegenden Beispiel ebenfalls 142 km betragen; aus größerer Entfernung stammt nur 1/6 aller Besuche. Der Wert der bereinigten ‚faktischen‘ Reichweite, bei dem die Besuche aus dem eingangs definierten Nahbereich subtrahiert wurden, liegt knapp unter 150 km Entfernung. Laut Aussage der Geschäftsleitung erreicht der NATUURPARK DE EFTELING (bei Tilburg/NL), der mit knapp 2 Mio. Besuchern (1984) zu den führenden europäischen Freizeitunternehmen dieser Art gehört, einen ähnlichen Wert. In seinem Einzugsgebiet lebt ein Kundenpotential von ca. 24,8 Mio. Menschen. Einen in dieser Hinsicht noch günstigeren Standort besitzt mit knapp 33 Mio. Einwohnern im Umkreis von 150 km die Anlage LÖWEN-GROSSWILD AUTO-SAFARI in SELFKANT/TÜDDERN, nördlich von Aachen. Demgegenüber ist das entsprechende Bevölkerungspotential beim EUROPA-PARK nur etwa halb so groß (16,6 Mio. Einwohner). Außerdem liegt sein Schwerpunkt über 100 km von Rust entfernt. In Tab. 5 sind die absoluten Zahlen wiedergegeben, zusätzlich wurde ein Index ‚Besuche pro 100 Einwohner der Entfernungszone‘ gebildet, wie er bei Analysen des Einkaufsverhaltens üblicherweise Verwendung findet, um den Grad der

Verflechtung relativ darzustellen. Er bietet sich für Vergleiche mit anderen Anlagen oder für die Erstellung von Prognosen an. Ein großes Einzugsgebiet garantiert keinesfalls sozusagen automatisch auch einen wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens, wie sich in dieser kurzen Gegenüberstellung und insbesondere an der Schließung von Anlagen mit hervorragenden Standorten, z. B. SAFARILAND GROSS-GERAU bei Frankfurt/M, oder an wirtschaftlichem Siechtum (PUEBLO in Frankfurt/M) zeigt.

Tabelle 5
Das Bevölkerungspotential im Einzugsbereich des EUROPA-PARK

Entfernungszone (km)	Einwohner absolut je Zone	Besuche pro 100 Einwohnern (1983 je Zone)	Einwohner kumuliert
bis u. 25	291 202	31,0	291 202
25 – 50	1 287 417	20,3	1 578 619
50 – 75	1 539 955	11,2	3 118 574
75 – 100	3 038 814	6,1	6 157 388
100 – 125	5 002 342	4,1	11 159 730
125 – 150	5 503 238	2,4	16 662 968
150 – 175	6 672 613	1,9	20 335 581
175 – 200	2 616 654	1,0	22 952 235

Quellen: Einwohnerstatistiken von Deutschland, Frankreich und Schweiz, eig. Berechn. FICHTNER/MICHNA 1987

Manche Veröffentlichungen sprechen von einer maximalen Reichweite der Freizeitparks bis zu 200 km (DM-TEST 1979/2), die beim EUROPA-PARK 98% aller Besuche erfassen würde. Damit dürfte unter den gegebenen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bedingungen eine doch recht manifeste obere Grenze für den räumlichen Einzugsbereich solcher Einrichtungen – zumindest in Europa – erreicht sein, und Angaben von 400 km Reichweite sind sicherlich übertrieben (vgl. z. B. von TROTHA 1983, S. 130). Während in den USA die räumliche Mobilität der Bevölkerung teilweise größere Ausmaße annimmt, deuten zunehmend restriktiv wirkende Umstände in Europa auf ihre Begrenzung hin. In erster Linie ist dazu das nur noch gering wachsende oder relativ sinkende Einkommen der Privathaushalte zu nennen. Zum Zeitpunkt der Erhebung spielten aber sicherlich auch die gestiegenen Transportkosten durch die höheren Benzinpreise eine Rolle. Geschwindigkeitsbegrenzungen

und immer dichter Straßenverkehr wirken sich ebenfalls in diese Richtung aus. Aber auch in den USA scheint die räumliche Ausdehnung der Einzugsbereiche von Freizeitparks an Grenzen zu stoßen. Folglich bleibt den Unternehmen nur übrig zu versuchen, neue Kundenkreise durch Diversifizierung des Angebotes zu erschließen und die Nachfrage durch Aufnahme von Leitthemen in den sogenannten ‚Themenparks‘ zu intensivieren.

1.3 Die Dynamik des Einzugsgebietes

Die bisherige Beschreibung des Einzugsbereiches ist allein statischer Natur und stellt nur einen Durchschnittswert für die gesamte Saison 1983 dar. Einzugsgebiete sind aber eher als dynamische Gebilde zu verstehen, die sich nicht nur saisonal, sondern auch von Tag zu Tag verändern, sich aufblähen oder wieder in sich zusammenfallen und sogar im Tagesgang pulsieren können. So kommen z. B. am späten Nachmittag, wenn sich der Eintritt subjektiv immer weniger „lohnt“, überwiegend Besucher aus der näheren Umgebung. Neben einer Variation der räumlichen Reichweite können damit auch teilweise erhebliche Veränderungen in der Zusammensetzung des Publikums verbunden sein.

Im Hinblick auf diese Dynamik ist HEINRITZ (1979, S. 94) zuzustimmen, „... daß es nicht darum gehen kann zu diskutieren, welches denn nun der wahre, ‚eigentliche‘ Einzugsbereich einer Einrichtung sei; von Interesse ist vielmehr, zu untersuchen, welche Kräfte denn hinter solchen Veränderungen der Einzugsbereiche stehen“.

An Werktagen ist das Freizeitvolumen berufstätiger Personen im allgemeinen von vornherein begrenzt und die Freizeitmobilität dieser Bevölkerungsgruppe deshalb gering. Aber auch samstags erreicht der Ausflugsverkehr aus den Städten keinen so großen Umfang wie an Sonntagen (den Verdichtungsraum Stuttgart verlassen samstags knapp 17%, an Sonntagen aber ca. 23% der Bevölkerung, um in die Naherholungsgebiete außerhalb der Stadt zu fahren (MINISTERIUM f. ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT u. UMWELT, B.-W. 1977, S. 71). Außerdem setzt der Ausflugsverkehr auf den Straßen samstags gewöhnlich mit zeitlicher Verzögerung, oft erst am Nachmittag ein (vgl. z. B. FICHTNER 1980, S. 166). Bekanntlich gehört neben Tätigkeiten im häuslichen Wohnumfeld, wie z. B. Autowaschen, Rasenmähen etc., auch das Einkaufen zu den am Samstag vornehmlich ausgeübten Aktivitäten.

Verlängerte Öffnungszeiten an den sogenannten ‚langen‘ Samstagen und Unterhaltungsangebote mit erweiterten Werbekampagnen (so z. B. der ‚Erlebnissamstag‘), verstärken an diesen Tagen die Attraktion der Innenstädte und Einkaufszentren. Diesem Bild entspricht die Feststellung von MESCHÉDE (1971), wonach die Reichweite verschiedenrangiger Geschäfte in der Innenstadt von Münster samstags

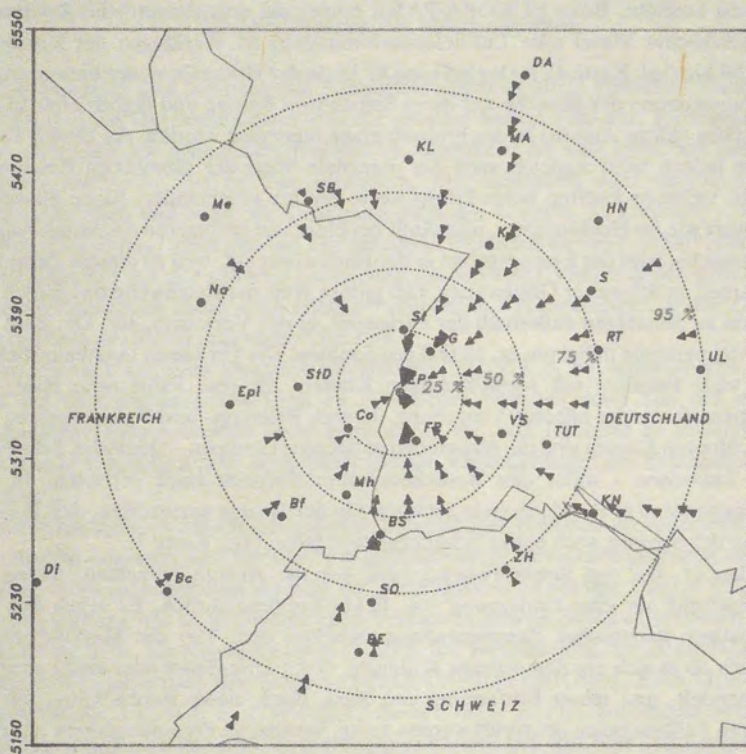
grundsätzlich erheblich größer ist als an den übrigen Tagen und die Unterschiede mit dem Spezialisierungsgrad der Geschäfte noch zunehmen.

Aufgrund der Verteilung von Arbeitszeit und Freizeit werden Freizeitparks während und vor allem zu Beginn der Arbeitswoche weniger als an Feiertagen aufgesucht, und das Besuchsvolumen ist in der Vor- und Nachsaison im allgemeinen geringer als in der Hauptreisezeit oder während schulfreier Tage. Aber auch samstags schrumpft der Einzugsbereich, während er sich an Sonntagen in der Vorsaison zu seinem größten Umfang aufbläht. Beim EUROPA-PARK betrug die durchschnittliche Reichweite (arithmetisches Mittel aller Luftlinienentfernungen) an Werktagen der Vorsaison noch 80 km (vgl. Karte 4), sie lag bei rund 82 km in der Hochsaison, der Ferienzeit, als die Tagessumme der Besuche auf ihren Spitzenwert anstieg und täglich über 15.000 Menschen (Mitte August) in der Freizeitanlage registriert wurden. An diesen Tagen wurde jedoch nicht zugleich auch der maximale Wert der räumlichen Reichweite erzielt, vielmehr klafften beide Höchstwerte zeitlich auseinander. Einen ähnlichen Meßwert wie im Hochsommer, allerdings bei einer viel geringeren absoluten Anzahl der Besuche, wies das Einzugsgebiet in der Nachsaison auf, weil zu diesem Zeitpunkt der Anteil an Schweizer Gästen stieg. Der größte Wert der Reichweite trat jedoch mit 102 km an Sonntagen außerhalb der Ferienzeit, in der Vorsaison, auf. Die Zahl der Eintritte pendelte dabei um ca. 10.000 pro Sonntag. Die Ferienzeit nutzten insbesondere viele Familien mit schulpflichtigen Kindern für eine Fahrt nach Rust. Sie kommen oft aus der näheren Umgebung. Je nach Feiertags- und Ferienregelung der benachbarten Staaten sind die drei großen nationalen Gruppen – Deutsche, Schweizer oder Franzosen – unter den Besuchern unterschiedlich stark vertreten. In der Nachsaison sind z. B. relativ viele Schweizer in der Anlage anzutreffen, weil in diese Zeit in der Schweiz noch einige Schulfertage fallen (vgl. Karte 7).

Urlauber, die von ihrem Feriendomizil aus die Anlage besuchten, legten im Durchschnitt nur eine Entfernung von 48 km Luftlinie zurück. Es ergab sich ein eindeutiger statistischer Zusammenhang zwischen dem Typ des Herkunftsortes, nämlich ob es sich um den eigenen Wohnsitz, einen Urlaubsort oder einen anderen Ort handelt, und seiner Entfernung von Rust. Nach dieser Beobachtung, die an anderen Fallbeispielen überprüft werden sollte, werden im Fremdenverkehr zwar oft große Distanzen akzeptiert, um an einen Urlaubsort zu gelangen; am Ziel angekommen, sinkt aber die Bereitschaft zu großer räumlicher Mobilität. Verallgemeinert neigen Touristen demnach weniger dazu, weite Strecken während ihrer Urlaubszeit zurückzulegen, und sie bleiben lieber in der Nähe ihres Ferienortes. Während Urlauber in der vorwiegend ländlichen Umgebung der Anlage bis 25 km Entfernung ihren höchsten relativen Anteil mit ca. 35% aller Gäste aus dieser Zone aufweisen, sinkt dieser ab 75 km Luftlinie sprunghaft von noch ca. 25% auf 5% ab. Nach der absoluten Anzahl stammen die meisten Feriengäste aus einer Entfernungszone zwischen 25 und 50 km Luftlinie (vgl. Karte 8), vor allem aus den Gemeinden am

Der Einzugsbereich des EUROPA-PARK in Rust/Baden

an Werktagen der Vorsaison



0 25 50 75 100
Maßstab in km

Stichprobenumfang: 127

Mittlere Entfernung in km: 80.29

Zähltage: 5.5., 7.5., 14.5., 16.6., 28.6.

Programmierung Dr. U. Fichtner, 1984

Staatsgrenze

● EP = EUROPA-PARK in Rust

● Städte mit Kennbuchstaben

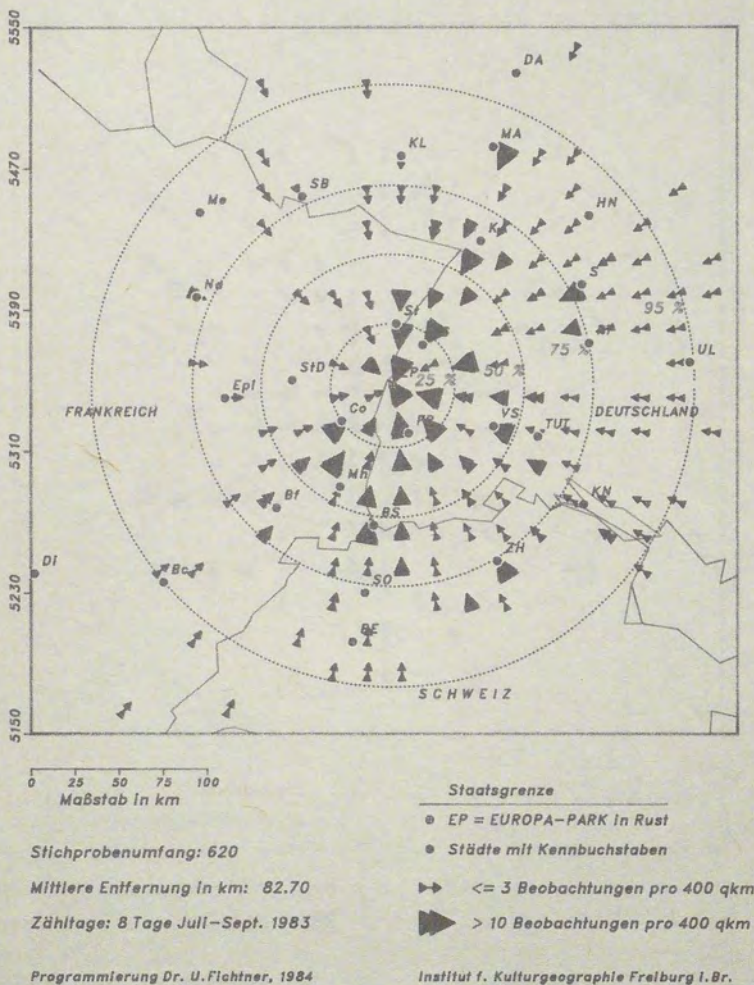
▶ ≤ 3 Beobachtungen pro 400 qkm

▶ > 10 Beobachtungen pro 400 qkm

Institut f. Kulturgeographie Freiburg i.Br.

Der Einzugsbereich des EUROPA-PARK in Rust/Baden

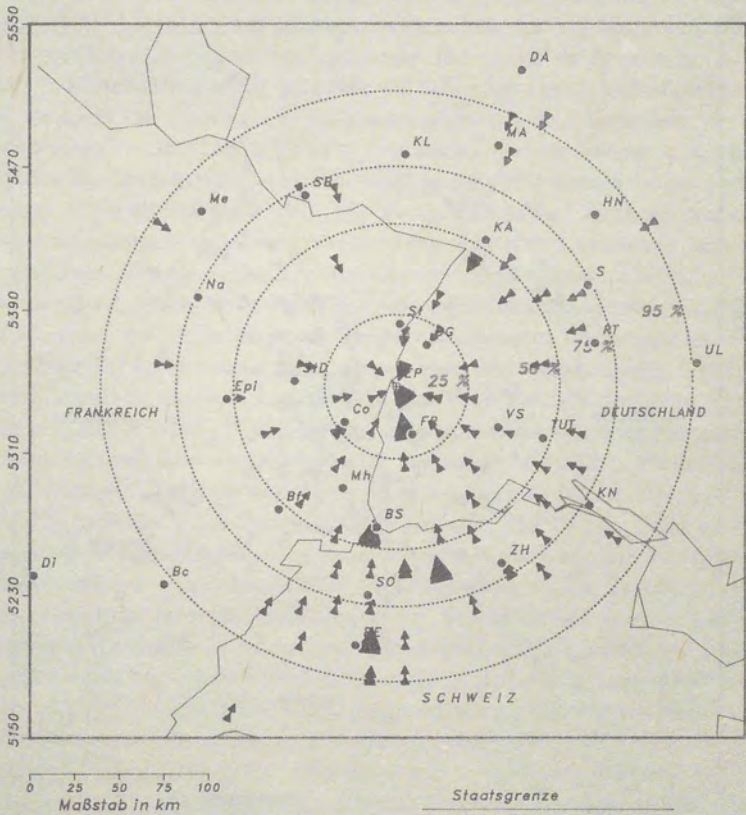
in der Ferienzeit



Karte 6

Der Einzugsbereich des EUROPA-PARK in Rust/Baden

an Werktagen der Nachsaison



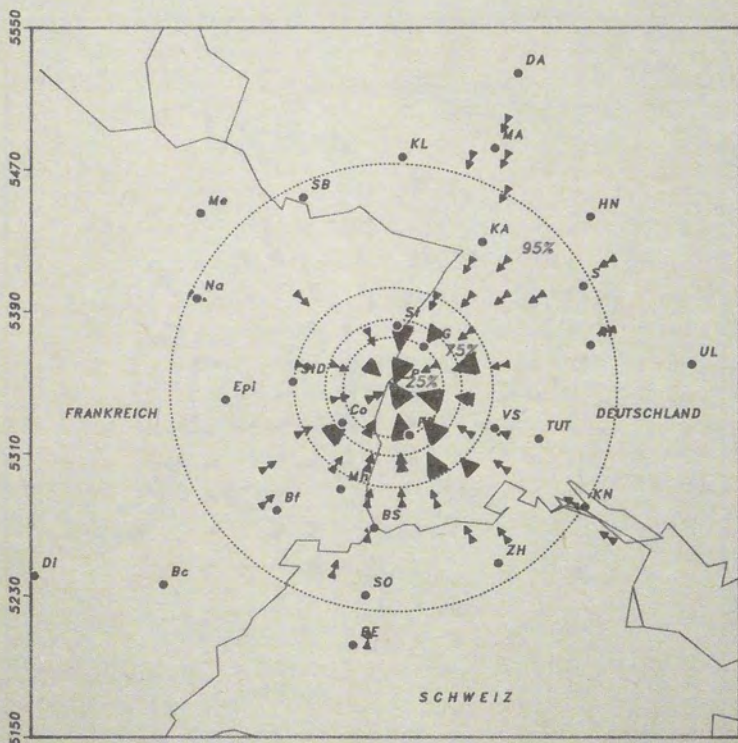
Stichprobenumfang: 196

Mittlere Entfernung in km: 87.52

Programmierung Dr. U. Fichtner, 1984

Institut f. Kulturgeographie Freiburg i. Br.

Der Einzugsbereich des EUROPA-PARK in Rust/Baden
unter Urlaubern und Feriengästen



Stichprobenumfang: 219

Mittlere Entfernung in km: 48.36

Zähltag: 27 Tage der Saison 1983

Programmierung Dr. U. Fichtner, 1984

Staatsgrenze

● EP = EUROPA-PARK in Rust

● Städte mit Kennbuchstaben

▶ ≤ 3 Beobachtungen pro 400 qkm

▶ > 10 Beobachtungen pro 400 qkm

Institut für Kulturgeographie, Freiburg

Karte 8

Rand des Oberrheinischen Tieflandes und aus seinen benachbarten Fremdenverkehrsgebieten Schwarzwald und Vogesen. Solche gruppenspezifischen Verhaltensweisen, die sich auch notwendigerweise in statistischen Beziehungen zwischen der Länge des Anreiseweges einerseits und Gruppen unterschiedlich hoher Schulbildung, der Ausflugshäufigkeit, der beruflichen Stellung, dem Konsum im Freizeitpark sowie dem Kauf von Souvenirs andererseits ausdrücken, werden im folgenden Kapitel noch genauer behandelt.

Die bereits erwähnten Zusammenhänge zwischen der Art des benutzten Verkehrsmittels und der Länge des Anreiseweges lassen sich noch deutlicher fassen. Relativ gesehen gewinnen Busfahrten bei wachsender Entfernung an Bedeutung, und ab 200 km Luftliniendistanz reisen über 50% der Gäste mit diesem Verkehrsmittel an. Daneben spielt die Eisenbahn – in Kombination mit dem Linienbus, der den Transport vom Bahnhof Lahr nach Rust übernimmt – eine unbedeutende Rolle. Bei fünf Fahrten der Schweizerischen Bundesbahn im Jahr 1984 wurden durchschnittlich 100 und maximal 170 Fahrgäste (19. 7. 84) aus der Schweiz pro Fahrt verzeichnet. Die Deutsche Bundesbahn verkaufte 1983 nur etwas über 6000 kombinierte Fahr- und Eintrittskarten (Pressemitteilung der Bundesbahndirektion Karlsruhe vom 4. 4. 1984). Extrem hohe Reichweiten von großen Freizeitattraktionen gehen folglich nicht allein auf das Verkehrsmittel ‚Pkw‘ zurück, sondern sie beruhen zu einem wesentlichen Teil auf den von privaten Reiseunternehmern organisierten Ausflügen, meist mit Fernreisebussen (siehe auch: VÖLKSEN 1981, S. 17). In diesem Bereich könnte die Eisenbahn bei steigendem Umweltbewußtsein noch Kunden gewinnen. Im Erhebungszeitraum kamen jedoch Personen, die auf die öffentlichen Verkehrsträger angewiesen waren, selten aus einer Entfernung von mehr als 100 km.

Aus Analysen des Einkaufsverhaltens ist bekannt, daß Fahrten nicht nur zum Erwerb eines einzigen zentralen Gutes unternommen werden, sondern meist mehrere Einkäufe und Besorgungen miteinander verbunden werden. Diese Erscheinung wird mit dem Begriff ‚Kopplungsaktivität‘ bezeichnet. Häufig wird ein zentraler Ort auch aus ganz anderen Absichten (beruflicher oder privater Art) aufgesucht, wie z. B. für Basel und Straßburg von DEGE (1979, S. 104, 113) näher ausgeführt wurde. Kopplungsaktivitäten haben zur Folge, daß das Einzugsgebiet für ein rangniederes Gut dann falsch, nämlich als zu groß, bemessen wird, wenn eine Verknüpfung mit einem zentral höherwertigen Gut vorliegt.

Aus der fachwissenschaftlichen Literatur zum Einkaufs- und Versorgungsverhalten kann zunächst abgeleitet werden, daß Kopplungsaktivitäten im Freizeitbereich und insbesondere beim Besuch von Freizeitparks nur eine untergeordnete Rolle spielen, weil Tagesausflüge im Unterschied zu Einkaufsfahrten weniger multifinalen sondern eher monofinalen Charakter besitzen. Die Eignung für eine Kopplung ist nach KLINGBEIL (1977) nämlich gering,

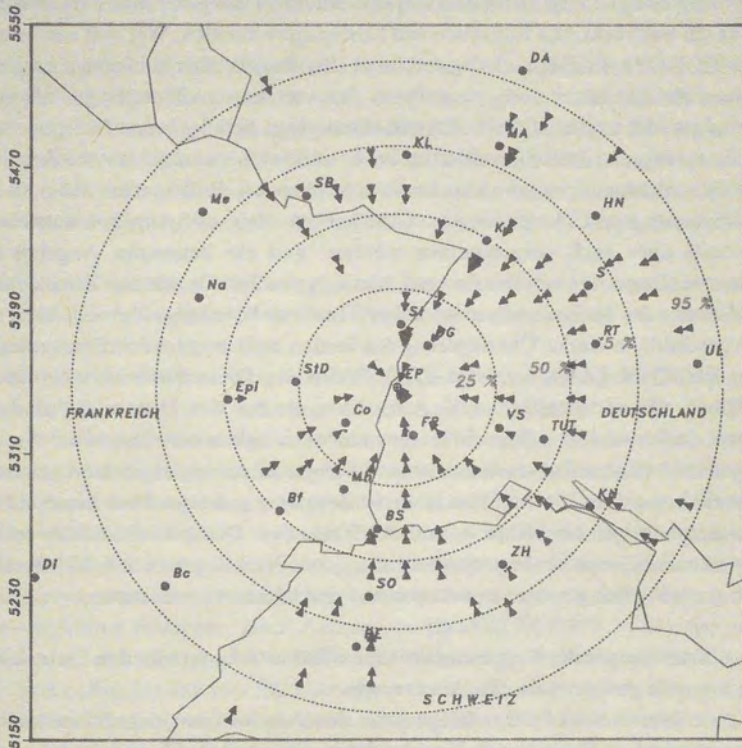
- wenn die primäre Aktivität meist außerhalb der Ladenöffnungszeiten stattfindet (z. B. an Feiertagen),
- wenn die Tätigkeit an Orten ohne zentralörtliche Bedeutung ausgeübt wird (denn dort gibt es kaum etwas, das ‚gekoppelt‘ werden könnte),
- und um so geringer, je mehr Zeit die Aktivität beansprucht.

Alle drei Punkte treffen auf den Besuch von Freizeitparks zu. Aufgrund ihres Flächenanspruches befinden sie sich meist in peripher gelegenen Gebieten in der Nähe von Gemeinden ohne zentralörtliche Bedeutung, wie im Fall des EUROPA-PARK, oder allenfalls noch in der verstärkten Zone. Die Nachfrage steigt an Sonn- und Feiertagen und in der der Ferienzeit an, und die Aufenthaltsdauer der Besucher ist ungewöhnlich lang.

Bei derart weiten Anfahrtswegen wie sie in unserem Beispiel als Extremwerte, von Bremen oder Südtirol aus, mit entsprechend langen Reisezeiten bis zu 8 Stunden auftraten, ist es aber offensichtlich, daß der Hauptzweck dieser Fahrten nicht mehr der alleinige Besuch der Freizeitanlage sein kann. Kopplungsaktivitäten mußten folglich bei der Erhebung durch eine entsprechende Frage im Fragebogen berücksichtigt werden.

Als eigentlicher Zweck des Tagesausflugs wurde weit überwiegend (in 90% aller Fälle) der Besuch des Freizeitparks genannt. Ähnliches beschreibt HAUSBERG (1982, S. 146) für das SAFARILAND. Nur in den restlichen 10% hatten die befragten Personen noch andere Ziele vor Augen, die meistens in der Region lagen, d. h. in der Nordwestschweiz, im Elsaß oder in Südbaden. Einige wenige Familien (unter 0.5%) unterbrachen immerhin eine Fahrt in die Ferien oder waren auf dem Weg vom Urlaub nach Hause von der Autobahn abgefahren, um einige Stunden im EUROPA-PARK zu verbringen. Verständlicherweise lassen sich unter den Letztgenannten besonders lange Anreisewege und Fahrzeiten bei kurzem Aufenthalt beobachten. Dies wird durch eine signifikante Korrelation mit der Kopplungsaktivität unterstrichen. Der relative Anteil der Personen, die Kopplungen vornahmen, lag zwischen 50 und 200 km Luftliniendistanz nahezu unverändert niedrig bei ca. 11%. Lediglich bei längeren Anreisewegen über 3 Stunden Dauer stieg er deutlich an. Unter 50 km war er geringer, und nur im Nahdistanzbereich der Einrichtung konnte erneut eine leichte Erhöhung der Kopplungsaktivitäten festgestellt werden. Zum Vergleich wurde der Einzugsbereich derjenigen Gäste, die ihren Besuch mit einem anderen Ziel verbanden, in Karte 9 getrennt dargestellt. Wie sich erkennen läßt, weisen die Kreise der prozentualen Summenhäufigkeit größere Radien auf, d. h. daß insgesamt größere Distanzen zurückgelegt wurden. Der Mittelwert von 101 km Entfernung zwischen dem Ausgangsort und Rust entspricht der maximalen Ausdehnung des Einzugsgebietes an Sonntagen (102 km) und wie bereits gesagt, würde man die Reichweite der Einrichtung nicht unter-, sondern überschätzen, wenn man Kopplungsaktivitäten in die Auswertung einbezöge.

Der Einzugsbereich des EUROPA-PARK in Rust/Baden
bei Kopplungsaktivitäten



0 25 50 75 100
 Maßstab in km

Stichprobenumfang: 145
 Mittlere Entfernung in km: 104.07
 Zähltag: 27 Tage der Saison 1983

- Staatsgrenze**
- EP = EUROPA-PARK in Rust
 - Städte mit Kennbuchstaben
 - ▶ ≤ 3 Beobachtungen pro 400 qkm
 - ▶ > 10 Beobachtungen pro 400 qkm

Programmierung Dr. U. Fichtner, 1984
 Institut für Kulturgeographie, Freiburg

Karte 9

Monofinale Fahrten, die hier weitaus dominieren, treten bei Einkäufen oder Besorgungen weniger oft auf. So berichtet HEINRITZ (1979, S. 133), daß sie von einem hohen Anteil mit 70% bei einem Verbrauchermarkt in Stadtrandlage auf nur rund 27% aller Fahrten in die Altstadt von Weißenburg zurückgehen. Kopplungen bei Einkäufen oder bei sonstigen Erledigungen in zentralen Orten können auf den Wunsch zurückgeführt werden, möglichst Zeit und Kosten zu sparen, werden sie doch in vielen Fällen auf dem Weg zur oder von der Arbeitsstätte erledigt. Beim vorliegenden Beispiel zeigt sich außerdem ein Zusammenhang, der in ähnlicher Weise den Wunsch ausdrückt, das Entstehen von Kosten zu vermeiden: Wer sich zum ersten Mal im EUROPA-PARK aufhält, verbindet den Besuch eher mit einem anderen Vorhaben und hat öfters noch ein anderes Ziel vor Augen als derjenige, der zum wiederholten Mal kommt. Dieser Zusammenhang legt die allgemeine Interpretation nahe, Kopplungsaktivitäten resultierten im Freizeitsektor weniger aus wirtschaftlichen Kostenüberlegungen, sondern im wesentlichen aus Präferenzen. Können sie doch einerseits aus Unkenntnis und Unsicherheit über ein Angebot entstehen, andererseits aber auch vorgenommen werden, weil ein bekanntes Angebot als einseitig oder langweilig empfunden wird, und sich eine Fahrt zu diesem Zweck allein nach Meinung des Individuums nicht ‚lohnt‘. In diese Sichtweise fügt sich auch die bereits geschilderte starke Überlagerung der beiden konkurrierenden Einzugsbereiche von EUROPA-PARK und HOLIDAY-PARK ein. Diese dürfte nicht eintreten, wenn allein die wirtschaftlichen Kosten, die z. B. bei der Distanzüberwindung auftreten, den Ausschlag gäben. Bezeichnenderweise haben auch Personen, die aus der Gemeinde Rust selbst stammen, etwas häufiger Kopplungsaktivitäten genannt. Der für sie kostenlose Eintritt führt zu mehr Besuchen und erleichtert ihnen ein im Vergleich zur übrigen Nachfrage verändertes Verhalten. Damit wird die Notwendigkeit unterstrichen, auch bei Freizeiteinrichtungen die Nachfrage aus dem Nahdistanzbereich grundsätzlich getrennt zu erfassen und gesondert zu betrachten.

Die o. g. Beziehungen der Kopplungsaktivitäten lassen sich somit für den Freizeitsektor um folgende generalisierte Thesen erweitern:

- Der erste Besuch einer Freizeitanlage (oder das erste Ausüben einer Freizeitaktivität) wird gerne im Rahmen von Kopplungen vorgenommen. Man probiert sozusagen die Sache zunächst einmal aus; die Gefahr, negative Erfahrungen machen zu müssen oder kognitive Dissonanz bewältigen zu müssen, wird durch die Kopplungen verringert.
- Unter der Randbedingung, daß das Angebot bereits von früheren Aktivitäten oder Besuchen her bekannt ist, gilt:
 - a) Eine Freizeitaktivität wird um so weniger mit anderen Tätigkeiten verknüpft, je höher Zeit- und Kostenaufwand für ihr Ausüben sind, z. B. durch die Eintrittspreise. Daraus ergibt sich, daß mit wachsender Distanz von den zentralen Orten

multifinale Freizeitfahrten seltener auftreten und ihr monofinaler Charakter zunimmt.

b) Mit zunehmender Besuchsfrequenz oder Aktivitätshäufigkeit und Aufenthaltsdauer tritt eine Gewöhnung an das Freizeitangebot ein. Dadurch sinkt seine Attraktivität und die Neigung zu Kopplungsaktivitäten nimmt zu. Die äußere Reichweite der Freizeiteinrichtung wird wohl schrumpfen. Da mit der Aktivitätshäufigkeit auch der Gewöhnungsvorgang von der Distanz zur Einrichtung abhängt, dürften in diesem Stadium vermehrt Kopplungen im Kern des Einzugsbereiches auftreten.

c) Umgekehrt kann durch Werbemaßnahmen und Investitionen, sofern damit die Attraktivität einer Anlage erhöht wird, das Einzugsgebiet auch räumlich erweitert und vergrößert werden. Dies konnte z. B. HAHN (1980, S. 59) an der unterschiedlichen Reichweite eines Hallenbades je nach Betrieb mit oder ohne Wellenanlage anschaulich aufzeigen. In diesem Fall dürften insbesondere Kopplungsaktivitäten im Rahmen von Erstbesuchen aus den Randbereichen des Einzugsgebietes eintreten.

Mit dem Ziel, den Gewöhnungsprozeß hinauszuschieben und neue Anziehungskraft zu gewinnen, investieren die Freizeitunternehmer jedes Jahr erneut große Summen in ihre Anlagen.

Zum Abschluß dieses Kapitels soll die Frage der Abgrenzung des Einzugsgebietes nochmals kurz unter dem vorangegangenen Aspekt aufgegriffen werden. Die Ermittlung von Einzugsbereichen gewinnt ihren eigentlichen Sinn nicht nur darin, beobachtete Orientierungen auf ein Zentrum festzuhalten. Darüberhinaus soll sozusagen für jeden Punkt der Umgebung angegeben werden, welche Ausrichtung von ihm aus mit hoher Wahrscheinlichkeit eintreten dürfte, auch wenn der Entscheidungsfall im Moment noch nicht gegeben sein mag. Mit dieser prognostischen Zielsetzung werden Abgrenzungsverfahren manchmal etwas leichtfertig eingesetzt, ohne daß sie dergleichen zu leisten vermögen. Nach Ansicht von HEINRITZ (1979, S. 94), der mehrere Methoden einander gegenüberstellte, hat sich bei zentralörtlichen Bereichen der Indikator ‚Kundenanzahl pro 100 Einwohner der Wohngemeinde‘ als aussagekräftiges Kriterium bewährt, weil dabei Verzerrungen, die durch die unterschiedlich hohen Einwohnerzahlen der Gemeinde entstehen, ausgeglichen werden. Derartige Zuordnungen ganzer Gemeindeflächen zu bestimmten zentralörtlichen Bereichen werden aber auch von ihm als problematisch angesehen, da sie die Mehrfachausrichtung der Nachfrager und die komplexen Verflechtungen in der Realität unterschlagen. Für ITTERMANN (1975, S. 193) bilden sie sogar ‚wirklichkeitsfremde Konstrukte‘, die mehr verschleiern als erhellen. Aufgrund der Definition der oberen Reichweite als demjenigen Grenzwert, der sich aus dem maximal tragbaren Kosten- und Zeitaufwand in bezug auf ein bestimmtes Gut ergibt, müssen Kopplungsaktivitäten eigentlich aus theoretischen Erwägungen bei der Ermittlung dieser Reichweite von vornherein

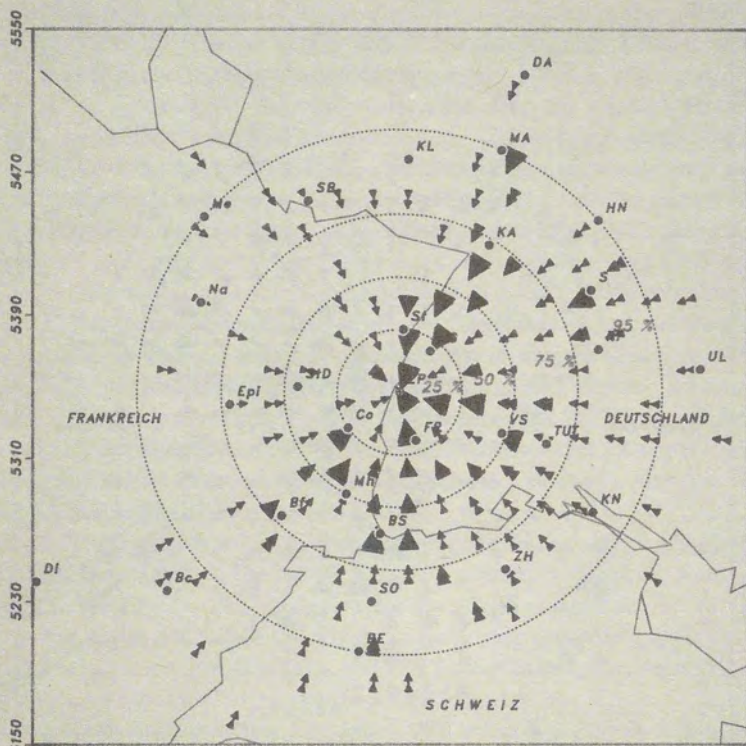
ausgeschlossen werden, weil sie ja, wie oben dargestellt, zu Fehlschlüssen führen können. Dies ist im vorliegenden Fall recht einfach zu bewerkstelligen, dürfte aber um so schwieriger werden, je mehr Fahrtzwecke miteinander verbunden werden. Ebenso sollte zufällig auftretende Kundschaft, die z. B. bei Passantenströmen an zentralen Standorten einer Innenstadt recht umfangreich sein kann, deshalb ausgeschlossen werden, weil von ihr überhaupt keine Kostenüberlegung im voraus angestellt werden konnte. Stößt man mehr oder weniger zufällig während einer Ausflugsfahrt auf eine Freizeitanlage, so handelt es sich dabei gewöhnlich um den ersten Besuch. Die Frage, ob man sich den Eintritt finanziell leisten kann (Kostenüberlegung), wird dann wohl in den meisten Fällen eine untergeordnete Rolle spielen gegenüber Abwägungen, ob der Besuch in das vorgesehene Tagesprogramm paßt oder mit anderen Interessen kollidiert, die man vorzieht (Präferenzabschätzung). Ein Kostenvergleich mag aber bei vielen Gästen, die zum ersten Mal einen Freizeitpark betreten, auch allein deshalb nicht stattgefunden haben, weil z. B. die notwendigen Informationen dazu fehlten. Ebenso kann gerade der erste Besuch im nachhinein zu dem Ergebnis führen, daß sich der Aufwand nicht gelohnt hat, die Erwartungen zu hoch waren oder die Versprechungen der Werbung nicht erfüllt wurden, so daß sich ein zweiter Besuch nicht oder nur unter veränderten Bedingungen – z. B. bei Kopplung – lohnt. So kann man eigentlich erst ab einem Wiederholungsbesuch davon ausgehen, daß durch den Kunden ein echtes Kalkül mit positivem Ergebnis, wie es die Definition der äußeren Reichweite fordert, vorgenommen wurde; außerdem soll die Ermittlung von Reichweite und Marktgebiet gerade eine gewisse gewohnheitsmäßige Orientierung ausdrücken. Aus diesen Gründen wird der Einzugsbereich nochmals nach Erst- und Wiederholungsbesuchen differenziert betrachtet.

Erstbesucher stammten im Durchschnitt aus größerer Entfernung als Mehrfachbesucher (Reichweitenmittel 102 km in Karte 10 gegenüber 70 km in Karte 11). Betrachtet man nun den Einzugsbereich nur für den Personenkreis, der sich zum wiederholten Mal in der Anlage aufhielt und keine Kopplungsaktivität unternahm, so findet der Schätzwert von HEINRITZ und POPP seine Bestätigung, denn 95% von ihnen stammten aus einer Entfernung von knapp unter 150 km.

Die Unterscheidung zwischen Erstbesuch und Wiederholungsbesuch könnte es darüber hinaus ermöglichen, bis zu einem gewissen Grad Genese und Entwicklungsstand von Einzugsgebieten zu beschreiben und zu erfassen, sofern noch weitere empirische Vergleichsdaten vorliegen. Interessant ist dabei, inwieweit das Kriterium des Erstbesucheranteils mit dem Diffusionsmodell in Verbindung gebracht werden kann. Wesentliche Meßgröße des Diffusionsmodells ist der Innovationsquotient, der den Anteil der Bevölkerung angibt, von der eine Innovation übernommen wurde. Die Ermittlung dieses Bevölkerungsanteils stößt aber auf einige Schwierigkeiten, während das Verhältnis von Erst- und Wiederholungsbesuchern bei der Analyse einer Einrichtung relativ einfach erhoben werden kann. Durch die theoretische Verknüp-

Der Einzugsbereich des EUROPA-PARK in Rust/Baden

bei wiederholtem Besuch



0 25 50 75 100
Maßstab in km

Stichprobenumfang: 623

Mittlere Entfernung in km: 70.26

Zähltag: 27 Tage der Saison 1983

Programmierung Dr. U.Fichtner, 1984

Staatsgrenze

● EP = EUROPA-PARK in Rust

● Städte mit Kennbuchstaben

▶▶ ≤ 3 Beobachtungen pro 400 qkm

▶▶▶ > 10 Beobachtungen pro 400 qkm

Institut für Kulturgeographie, Freiburg

Karte 11

fung könnten valide Kriterien gefunden werden, um junge, explodierende Einzugsgebiete von voll ausgebildeten oder implodierenden zu unterscheiden.

In Anlehnung an die Innovationstheorie kann angenommen werden, daß von den Besuchern Informationen und Werturteile über Freizeitparks an Kontaktpersonen weitergegeben werden. Diese Informationen zirkulieren unter der potentiellen Kundschaft, so daß ein großer Teil der Nachfrage durch Kontaktdiffusion erzeugt wird. Dabei spielen neben der räumlichen Distanz zwischen Freizeitziel und potentiell dem Kunden auch eventuell vorhandene Kommunikationsbarrieren unter den Mitgliedern verschiedener sozialer Gruppen eine Rolle. Wenn aber eine Innovation im peripheren Raum von einer dort ansässigen, stärker traditionsverhafteten Bevölkerung nur zögernd aufgenommen werden sollte, wie beim vorliegenden Fall, wo das Freizeitangebot eher urbane Bevölkerung anspricht, ist damit zu rechnen, daß im ‚Verteilungsstadium‘ des innovatorischen Verhaltens (auch ‚Diffusionsstadium‘ genannt) bestimmte Besuchergruppen aus größerer Entfernung dominieren. Die Wiederholungsbesucher fungieren als Kontaktzentren, durch deren Wirkung immer neue Erstbesuche initialisiert werden. Hinzu tritt der Einfluß von Werbemaßnahmen mit modernen Kommunikationsmedien, welche die Bedeutung der räumlichen Entfernung zwischen dem Standort der Einrichtung und ihren potentiellen Kunden erheblich abschwächen und teilweise aufheben. Einzugsbereiche, die noch nicht lange bestehen und im Begriff sind, sich erst noch zu stabilisieren, dürften danach keine stetige Zunahme des Erstbesucheranteils vom Zentrum zur Peripherie hin aufweisen. Bei weiterer Entwicklung wird aber die wesentlich höhere Informationsdichte in der Nähe der neuen Einrichtung dazu führen, daß die Innovation auch von trägeren Rezipienten, in diesem besonderen Fall im Kernumfeld, angenommen wird, womit sich allmählich eine zentrifugale Diffusion des neuen Verhaltens herausbildet. Einzugsgebiete von Einrichtungen müßten in diesem Stadium durch einen mehr oder weniger stetigen Anstieg des Anteils an Erstbesuchern nach außen gekennzeichnet sein. Dieser Zustand würde nach dem Diffusionsmodell dem Verdichtungsstadium entsprechen, bei dem „die relative Zunahme in der Anzahl der Übernahmen eines Gegenstandes in allen Standorten gleich hoch ist, gleichgültig welche Entfernung zum Innovationszentrum besteht“ (HAGGETT 1983, S. 388). In Zentrumsnähe dürfte dagegen mit der Zeit der Anteil an Erstbesuchern immer mehr abnehmen. Am Ende des Verdichtungsstadiums ist ein weiteres Auftreten solcher Besucher verhältnismäßig unwahrscheinlich, weil dort der Diffusionsprozeß schon weiter fortgeschritten ist als an der Peripherie, wo mit wachsender Distanz die Informationsintensität exponentiell abnimmt. Eine Stagnation des Einzugsbereiches dürfte sich auf folgende Art ankündigen: zwar lassen sich an den Außenrändern noch ständig neue Besuchergruppen gewinnen. Diese sind aber nicht bereit, die Einrichtung auch in Zukunft aufzusuchen, und gehen deshalb als Kunden wieder verloren. Reichweite und

Einzugsgebiet der Einrichtung vergrößern sich nicht mehr. Im Sättigungsstadium treten fast keine Erstbesucher mehr auf, von dem Zuwachs durch heranwachsende Generationen oder Zuzug einmal abgesehen. Bei einem Schrumpfungsprozeß herrschen in Kerngebieten zwar noch mehr oder weniger stabile Verhältnisse, während in fernen Zonen ein Abbröckeln der Kundschaft droht, bei gleichzeitig hohem Anteil an Erstbesuchern, die nicht als Stammublikum gewonnen werden können. Im ‚Ideal-fall‘ mag der Einzugsbereich dann so in sich zusammenbrechen, daß nur noch bei ausgeprägtem habituellem Verhalten die Kosten großer Distanzüberwindung ohne Überlegung akzeptiert werden. Gleichzeitig fallen Teile des Stammublikums auf Grund neuer und anderer Präferenzen in allen Entfernungszonen aus, Kopplungsaktivitäten nehmen zu, und neue Kunden sind in der Nähe der Anlage kaum noch zu finden, weil dieses Potential schon in den vorangegangenen Stadien mehr oder weniger ausgeschöpft wurde.

Tabelle 6
Besuchshäufigkeit nach Entfernungszonen
(ohne Kopplungsaktivität)

Entfernungszone (km)	Anzahl der Besuche					Zeilensumme	
	1	2	3	4-6	7 u. mehr	rel.	abs.
bis u. 25	40	25	14	12	9	100%	(98)
25 – 50	41	26	16	13	3	100%	(292)
50 – 75	48	17	18	16	2	100%	(187)
75 – 100	48	27	10	13	3	100%	(196)
100 – 125	67	12	11	8	2	100%	(215)
125 – 150	68	20	7	4	2	100%	(138)
150 – 175	79	14	6	1	0	100%	(71)
175 – 200	79	21	0	0	0	100%	(28)
200 u. mehr	89	0	11	0	0	100%	(27)

KENDALL'S TAU C = $-.20100$
Zeilenprozentwerte

SIGNIFIKANZ = $.00$ n = 1252
Quelle: FICHTNER/MICHNA 1987

Die Verteilung von Erst- und Wiederholungsbesuchern über Entfernungszonen des Einzugsbereiches des EUROPA-PARK ist in Tab. 6 wiedergegeben, wobei Kopplungsaktivitäten ausgeschlossen wurden. Noch in unmittelbarer Nähe der Freizeitgroßanlage sind Erstbesucher mit knapp 40% aller Gäste aus dieser Zone (bis zu 25 km Luftlinie) verhältnismäßig stark vertreten und ihr Prozentanteil wächst in

Sprüngen bei 100 und 150 km bis auf 89% in der äußersten Zone an. Das Kundenpotential im Umkreis des EUROPA-PARK scheint also noch nicht ausgeschöpft. Zweit- und Drittbesuche treten abwechselnd stärker oder schwächer in den mittleren Zonen auf und ihr Anteil verringert sich nicht gleichmäßig nach außen. Lediglich die Klassen mit hohen Besuchshäufigkeiten, in denen sich eher habituelles Verhalten äußert, nehmen relativ eindeutig und rasch mit wachsender Entfernung von der Anlage ab. Der Einzugsbereich dürfte danach noch im Wachsen begriffen sein. Selbst aus Orten jenseits der oben ermittelten ‚faktischen‘ Reichweite von 150 km kamen noch einige wenige Gäste zum zweiten oder dritten Mal nach Rust, worin sich ausdrückt, daß hier noch nicht die Obergrenze ihres Zeit- und Kostenaufwandes erreicht ist. Der Anteil dieser Besuche beträgt jedoch insgesamt nur knapp 2 Prozent.

2. Struktur und Verhalten von Freizeitparkbesuchern

2.1 Das Publikum – sozialstrukturelle Kennzeichen

In ähnlicher Weise wie dem Begriff der Mobilität in der Fachwissenschaft sowohl eine räumliche als auch eine soziale Dimension zugewiesen wird, läßt sich der Begriff der Reichweite neben dem räumlichen Aspekt auch auf ein soziales Feld beziehen. Schwerpunkt der Fragestellung ist dann, ob unterschiedliche soziale Gruppen mehr oder weniger unabhängig von räumlichen oder anderen Faktoren verschiedene Freizeitaktivitäten oder Freizeiteinrichtungen präferieren. Die Existenz schichten-spezifischen Freizeitverhaltens ist aus vielen Untersuchungen bekannt. Zu seiner Erklärung werden entweder typische Sozialisationsprozesse ('Sozialisationsthese') herangezogen, oder es wird auf bestimmte Merkmale und Verhaltensweisen verwiesen, die an die Sozialgruppenzugehörigkeit gebunden sind. Weitergehend lassen sich dann menschliche Gruppen je nach ihrer räumlichen Orientierung und ihrem aktions-räumlichen Verhalten unterscheiden.

Deshalb kann auch bei Freizeitparks davon ausgegangen werden, daß ihr Publikum kein einfaches Abbild der Bevölkerungsstruktur des Einzugsgebietes darstellt, sondern bestimmte „sozialgeographische Gruppen“ stärker, andere dagegen schwächer vertreten sind (vgl. für Freizeiteinrichtungen z. B.: KERSTIENS-KÖBERLE 1979, S. 15). Ausführlicher diskutieren z. B. MAIER u. a. (1977, S. 44-59) verschiedene Gruppenbegriffe und ihre geographische Relevanz.

Die Besucherstruktur mit der Zusammensetzung der Bevölkerung im Einzugsgebiet zu vergleichen, stößt insbesondere im grenznahen Raum auf eine Reihe methodischer Schwierigkeiten. Zunächst bieten sich als Datenquellen lediglich die Erhebungen der jeweiligen Statistischen Landesämter an, die aber sowohl räumlich als auch sachlich zu wenig differenziert oder nach anderen Kategorien aufgeschlüsselt sind. So konnten den Befragungsergebnissen in bezug auf deutsche Besucher nur Daten gegenübergestellt werden, die entweder aus dem Mikrozensus stammten und sich auf das gesamte Land Baden-Württemberg bezogen – was nicht mit dem im vorangehenden Kapitel beschriebenen Einzugsgebiet übereinstimmt – oder die auf Fortschreibungen der letzten Volkszählung von 1970 beruhten. Für das Gebiet der Schweiz mußte ebenfalls auf veraltete Angaben aus dem Jahr 1970 zurückgegriffen werden. Aufschlußreicher war erfreulicherweise das Vergleichsmaterial aus dem Elsaß, das auf einer Stichprobe aus dem Jahr 1979 bzw. der Erhebung von 1982 beruhte (vgl. INSEE 1980, 1982). Die Unterschiede zwischen der Struktur der Besucher und der Bereichsbevölkerung lassen sich folglich nur grob abschätzen. Eine quantitative Gegenüberstellung mit Testverfahren würde eine Genauigkeit vortäuschen, welche

realiter nicht gegeben ist. Deshalb soll auch auf die tabellarische Darstellung zugunsten einer Schilderung der großen gemeinsamen Züge verzichtet werden.

Unter den französischen Gästen waren Arbeiter seltener zu finden, als es ihrem Durchschnitt im Elsaß entsprach. Dagegen traten Angestellte und Beamte sowie Selbständige öfter auf. In der mit ‚Selbständige‘ bezeichneten Merkmalsgruppe befanden sich auch Landwirte, die bei der Befragung nicht gesondert erfaßt worden waren und deren Anteil in ländlichen Regionen natürlich an Gewicht gewinnt. Keine eindeutigen Unterschiede im Vergleich zu ihrem regionalen Durchschnitt ließen sich dagegen bei leitenden Angestellten, höheren Beamten sowie bei Hausfrauen, Schülern und Studenten erkennen.

Ganz ähnliche Verhältnisse zeigten sich hinsichtlich der Zusammensetzung der Gäste aus der Schweiz. Wiederum fehlten Arbeiter in stärkerem Maß, während Angestellte, für welche keine in weiteren Teilgruppen aufgegliederte Vergleichsdaten vorlagen, zahlreicher auftraten. Die Verschiebungen waren außerdem wesentlich krasser als unter den französischen Besuchern. Leider ließ sich nicht klären, ob dies allein auf das veraltete Vergleichsmaterial zurückzuführen war oder ob sich dahinter womöglich unterschiedliche Einkommensverhältnisse andeuteten, welche die Ausflugsreichweite finanziell schwächer gestellter Bevölkerungsgruppen beschneiden, so daß die notwendigerweise wachsenden Distanzen, wie sie bei den Gästen aus der Schweiz auftraten, zu einer stärkeren sozialgruppenspezifischen Differenzierung führten. Schließlich ergab auch der Vergleich der deutschen Besuchergruppe mit der Struktur der Einwohner von Baden-Württemberg einen ähnlichen Befund. Wiederum waren Arbeiter deutlich unterrepräsentiert, obwohl sich große Industriezentren im Einzugsgebiet der Anlage befinden. Angestellte und Beamte stellten dagegen einen größeren Teil des Publikums als zu erwarten gewesen wäre, und die Gruppe der Selbständigen entsprach weitgehend dem Landesdurchschnitt.

Bildung, Einkommen und Stellung im Beruf werden gewöhnlich für die Charakterisierung sozialer Schichtenzugehörigkeit verwendet. Anhand der wenigen verfügbaren Kategorien zeichnet sich auch ohne die Konstruktion mehr oder weniger fragwürdiger Indizes bereits daß das Publikum des EUROPA-PARK keineswegs überwiegend der Unterschicht angehört, sondern eher einer breiten Mittelschicht zuzuordnen ist, auf welche auch Werbung und Präsentation zielen dürften. Hierfür lassen sich noch mehr Belege finden, so z.B. die Art und Weise, in der in Fach- oder Wanderausstellungen spezielle Themen behandelt werden (z. B. Weltraumfahrt, Energiegewinnung, Faschnachtsbrauchtum oder Glasmalerei). Außerdem fehlten unter den ausländischen Besuchern diejenigen Gruppen, die gewöhnlich in erster Linie mit der umgangssprachlichen Bezeichnung ‚Gastarbeiter‘ belegt werden, so z. B. Jugoslawen, Spanier oder Türken. Die Besucherschicht charakterisierte z. B. ein Züricher Pressemedium auf folgende Weise: „Auch optisch gibt es kaum Klassen- oder Stilunterschiede. Man trägt hier bunte, synthetische Freizeitkleidung aus dem Kauf- oder Versandhaus . . .

Das wichtigste Statussymbol, das Auto, steht draußen. Doch auch dort gibt es wenig Unterschiede: Es dominieren unauffällige, praktische Mittelklassewagen ohne sportlichen Schnickschnack oder alternative Kleber am Heck“ (TAGESANZEIGER 41,1984, S. 13). Bemerkenswert ist auch die ihrem Bevölkerungsanteil entsprechende Beteiligung der Gruppe der Selbständigen an dieser Freizeitaktivität. Gerade sie geben nämlich bei Befragungen ziemlich regelmäßig an, aufgrund ihres knappen Freizeitvolumens nur eingeschränkt teilnehmen zu können.

So bieten die Freizeitparks verallgemeinert ein Beispiel für schichtenspezifische Freizeiteinrichtungen, die – überspitzt ausgedrückt – zwischen Jahrmarkt und Theater stehen. Wie die Wahl eines Freizeitziels von sozio-ökonomischen Einflußgrößen abhängt, schildert u. a. HAUSBERG (1982, S. 147-152).

Freizeitparks werden, zumindest bisher, nur selten von einzelnen Personen, sondern meist von Gruppen besucht; ein deutlicher Verhaltensunterschied zum Besuch von Museen oder ähnlichen Einrichtungen. Diese unterschiedlich großen und recht geschlossenen Verbände bleiben nicht nur während der An- und Abreise sondern oft auch über die gesamte Dauer des Aufenthaltes bestehen. Kritiker sehen darin einen Hinweis für eine kommunikationshemmende Atmosphäre und Struktur der kommerziellen Freizeitparks. Eine tatsächliche Ermittlung oder Messung kommunikativer Prozesse in den Einrichtungen – etwa der Anzahl der sozialen Kontakte in einer bestimmten Zeiteinheit – ist unseres Wissens jedoch bislang nicht veröffentlicht worden. Auf die Art und die Zusammensetzung der Besuchergruppen soll deshalb im weiteren besonderes Augenmerk gelegt werden. Einzelpersonen traten in Rust in weniger als 1 Prozent der Fälle auf. Charakteristischerweise setzten sich 2/3 aller Gästegruppen des EUROPA-PARK aus Familienmitgliedern oder Personen zusammen, die von den Befragten zum familiären Kreis gerechnet wurden. Im Durchschnitt bestand solch ein Verband aus 4 Personen, nämlich zwei Erwachsenen und zwei Kindern. Bei rund einem Drittel handelte es sich um gemeinsame Fahrten von Bekannten oder um organisierte Gruppen- und Ausflugsreisen. Vergleichswerte über den durchschnittlichen Besetzungsgrad je Pkw können der Veröffentlichung von GEISS (1976, S. 97) entnommen werden.

Während die 15-24jährigen noch entsprechend ihrem Bevölkerungsanteil in der Einrichtung vertreten sind, bleiben ältere Jahrgänge zunehmend unterrepräsentiert. Insbesondere die Alterklasse von 65 und mehr Jahren ist selten anzutreffen. Unter den deutschen Besuchern sind Kinder und Jugendliche (37%) häufiger zu finden, als unter den französischen (26%). Der Differenz kann man aber keinesfalls entnehmen, die Franzosen würden ihre Kinder vom Park fernhalten. Vielmehr überlagern sich dabei mehrere Effekte. Zum einen betreten wesentlich mehr deutsche Jugendliche im Rahmen von Schulausflügen oder Gruppenreisen den Park. So sinkt unter den Teilnehmern der Gruppenreisen das Durchschnittsalter bei deutschen Gästen ab und steigt bei französischen Gästen an. Zum anderen umfaßt der familiäre Besucherver-

band unter den Franzosen in der Regel mehr Personen als bei den Deutschen. Darunter befinden sich sowohl mehr Kinder als auch eine größere Anzahl erwachsener Begleitpersonen. Französische Familien scheinen folglich auch öfter ihre älteren Angehörigen mitzubringen.

Im Hinblick auf die Bedeutung der Sprache als Kulturvermittler und in Anbetracht der kognitiven Dissonanzen, die bei vorhandenen Sprachbarrieren schnell entstehen, läßt sich eigentlich vermuten, der auf südbadischem Boden gelegene Freizeitpark werde vor allem von denjenigen Elsässern aufgesucht, die deutsch gut verstehen oder Elsässer Dialekt sprechen und dadurch von vornherein eine Affinität zum deutschen Kulturraum aufweisen. Auf dieser Vermutung beruht auch das Bonmot, das in einer elsässischen Fernsehsendung (FR 3 am 31. 10. 83) fiel:

„Wo trifft mer die meischte Elsässer?
Im Stroßburger Minschter? Nei!
Uff de Hohkenigsburg? Nei!
Ja wo denn? Im EUROPA-PARK!“

Nach einer Umfrage des INSEE (1980, S. 137) gaben 80% der Haushaltsvorstände im Elsaß an, deutsch zumindest verstehen zu können. Durchschnittlich 51% gebrauchten nach ihren eigenen Angaben fast ständig Elsässer Dialekt im Familienkreis, 37% beim Einkauf und 29% auch bei Behördengängen (s. o. Tableau 139, S. 144). Die Studierenden, die im EUROPA-PARK die Interviews durchführten, waren in unterschiedlichem Maß der französischen Sprache mächtig, und ihre Sprachzugehörigkeit blieb den Befragten kaum verborgen, da die Kontaktaufnahme in Deutsch erfolgte. Unterstellt man nun eine Affinität zum deutschsprachigen Kulturraum, so hätten eigentlich viele der elsässischen Gäste das Interview auf Deutsch fortführen müssen. Dies war jedoch nicht der Fall. Von allen Befragten mit Wohnsitz in Frankreich antworteten nur 26% in Deutsch und von einer vergleichswisen Präferenz des deutschsprachigen Teils der elsässischen Bevölkerung für die Anlage kann keine Rede sein. Daß der Freizeitpark im frankophonen Kulturraum nicht weniger beliebt ist, wird schließlich durch diejenigen Gäste aus der Schweiz unterstrichen, die aus dem französischsprachigen Teil der Konföderation stammten.

Daneben traten Besucher mit einem zeitweiligen Wohnsitz in Deutschland auf, die auf Englisch oder Französisch antworteten; hierbei handelte es sich meist um in der Bundesrepublik stationierte Soldaten und deren Familienangehörige.

Mit der zitierten Erhebung des INSEE bestätigte sich im übrigen erneut, daß der elsässische Dialekt vor allem noch in ländlichen Gebieten gesprochen wird. Damit ergab sich eine weitere Möglichkeit, die These von der kulturellen Affinität der Besucher zu überprüfen. Unter dieser Annahme müßte man nämlich davon ausgehen,

daß unter den Freizeitparkgästen aus dem Elsaß Landbewohner relativ stärker vertreten seien, weil sie häufiger deutsch oder Dialekt als die Städter sprechen. Wie Tab. 7 dokumentiert, ist dieser Sachverhalt jedoch nicht nachweisbar. Aufgrund der Schwankungsbreite der Vertrauensgrenzen läßt sich eine derartige Vermutung auch bei einseitiger Fragestellung nicht bestätigen. Vielmehr muß man die Nullhypothese beibehalten, wonach die Zusammensetzung des Publikums aus Frankreich in dieser Hinsicht durchaus den Bewohnern des Elsaß entspricht.

Tabelle 7
Interviewsprache und Wohnland der Gäste

Sprache	Wohnsitz der Besucher in . . .		
	CH	D	F
deutsch	91	98	26
englisch	0	1	0
französisch	9	1	74
Spaltensummen	100%	100%	100%
absolute Anzahl	(309)	(786)	(299)

(FICHTNER/MICHNA 1987)

2.2 Verhaltensunterschiede ausgewählter Besuchergruppen

Zwischen den drei großen nationalen Gruppen bestehen eine Reihe von signifikanten Verhaltensunterschieden (teilweise auf dem 1-Prozent-Niveau), die mit dem T-Test, Chi-Quadrat-Test und anderen statistischen Verfahren nachgewiesen werden konnten. Diese einfachen bivariaten Korrelationen werden im folgenden geschildert.

Französische Gäste geben dem Park in bezug auf das gesamte Angebot durchweg die besten Noten und stellen damit das dankbarste Publikum. Schweizer haben die Einrichtung seit ihrem Bestehen noch nicht so häufig besucht und waren auch im Jahr vor der Erhebung seltener in der Anlage als die beiden anderen Gruppen. Besucher aus Frankreich und der Schweiz planen eine Fahrt nach Rust im allgemeinen schon länger im voraus ein als die deutschen.

Schweizer Gäste konsumieren in der Anlage mehr; sie nehmen öfter auch kleinere Attraktionen, die extra bezahlt werden müssen, in Anspruch, und geben folglich – wie auch Franzosen – im Durchschnitt mehr Geld aus als deutsche Freizeitparkbesucher. Dennoch sind die Gäste aus der Schweiz eher als Deutsche oder gar Franzosen der Meinung, der EUROPA-PARK sei durchaus preiswert (vgl. Polaritätsprofil in

Kap.2.3). Hier spiegelt sich nun eindeutig der Einfluß der Wechselkursparitäten wider, die somit für den grenzüberschreitenden Freizeitverkehr von nicht zu vernachlässigender Bedeutung sind. 15% der deutschen und sogar 19% der französischen Gäste besuchen den Freizeitpark während eines Urlaubsaufenthaltes von ihrem Feriendomizil aus, während dies bei den Schweizern (7%) viel weniger der Fall ist. Unter ihnen tritt der größte Anteil an Tages- oder Wochenendausflüglern auf, die von ihrem Wohnort aus nach Rust starten. Nach ihrer Eigeneinschätzung liegt ihr Wohnstandort überwiegend in ländlicher Umgebung, im deutlichen Unterschied zu den Angaben der beiden anderen Nationalitäten. Relativ viele der französischen Gäste bezeichnen nämlich ihr Wohnmilieu als mittel- oder großstädtisch, während deutsche Befragte öfter eine ländlich bis mittelstädtische Wohnumgebung nannten. Ein urbanes Publikum befindet sich demnach am ehesten unter den französischen Gästen. Hier könnte sich eine soziale Differenzierung andeuten, wie sie schon beim Vergleich von Besucher- und Einwohnerstruktur in Kap. 2.1 vermutet wurde. Bei der Frage nach der beruflichen Stellung zeigte sich ein erhöhter Prozentanteil von Angestellten, aber auch von höheren Beamten und Hausfrauen unter den Schweizern, während Arbeiter, Arbeitslose und Auszubildende etwas öfter unter deutschen Besuchern zu finden waren, und einfache Beamte, Selbständige und Rentner unter den Franzosen verstärkt auftraten.

Zum Bild eines relativ weiten Tages- oder Wochenendausfluges, der schon länger vorbereitet wurde und bei dem man mit den entsprechenden Ausgaben rechnet, weil er einen besonderen, einmaligen Charakter hat, paßt auch die Feststellung, daß Schweizer gerne ihren Besuch in Rust mit einem anderen Ziel verbinden und Kopplungen vornehmen. Kopplungen sind nämlich vor allem für Erstbesucher typisch (vgl. Kap.1.3), die Umfang des Angebotes und Größe der Einrichtung nicht recht abzuschätzen wissen. Folglich treten sie bei den französischen Gästen, die relativ mehr Stammesbesucherschaft stellen, seltener auf als bei Deutschen und Schweizern. Damit und aus der Lage des Wohnstandortes erklärt sich schließlich auch, daß über 2/3 aller Besucher aus Frankreich oder der Schweiz keinen anderen Freizeitpark aus eigener Erfahrung kennen, während die Mehrheit der Deutschen (53%) Vergleichsmöglichkeiten besitzt. Für sie ist dabei in erster Linie der HOLIDAY-PARK zu nennen (28% aller deutschen Gäste des EUROPA-PARK). Französische Gäste kennen – wenn überhaupt – dann eher Freizeitparks in Frankreich; Schweizer haben teilweise solche Anlagen schon einmal in anderen europäischen Ländern oder in Übersee besichtigt.

Alle diese Teilaspekte laufen in der Sichtweise zusammen, daß ein Freizeitparkbesuch eher urbane als ländliche Lebensweise widerspiegelt und Einrichtungen dieser Form an den Verstärkerprozeß industrieller Gesellschaften gebunden sind. Wie auch in mehreren anderen Untersuchungen des Freizeitverhaltens nachgewiesen werden konnte, so zeigt sich auch hier ein positiver Zusammenhang zwischen dem

Grad der Urbanisierung eines Ortes, bzw. seiner Verdichtung, und der Ausflugshäufigkeit seiner Bewohner (vgl. z. B. FICHTNER 1980).

2.3 Zur Perzeption von Freizeitparks

Das ‚Polaritätsprofil‘ oder ‚semantische Differential‘, wie es auch genannt wird, ist ein Verfahren zur Messung der semantischen Bedeutung von Begriffen und Sachverhalten anhand von Assoziationen. Die Ermittlung von Einstellungen mit Hilfe dieses Instrumentes hat sich in Forschung und Praxis bewährt, weshalb es vielfach Eingang in Perzeptionsstudien gefunden hat. So hat MAIER (1977 b, S. 193) z. B. ein Polaritätsprofil verwendet, um das Image des Fremdenverkehrsortes Oberstaufen bei seinen Gästen zu beschreiben. Seine Vorteile sind u. a. eine universelle Anwendbarkeit und die Vergleichbarkeit der Einstellungen von befragten Personen in bezug auf ein bestimmtes Objekt aber auch hinsichtlich verschiedener Objekte. Aus diesem Grund wurde dem Polaritätsprofil im Rahmen dieser Untersuchung verhältnismäßig viel Platz gewidmet: es soll damit ein Verfahren vorgestellt werden, das auch auf andere derartige Freizeiteinrichtungen angewendet werden kann und das nachträgliche Vergleiche oder eine eventuelle Sekundäranalyse möglich macht. Mit der Messung der Meinungen von Besuchern, die übrigens auch an denselben Personen vor und nach einem Aufenthalt vorgenommen werden könnte, um die Wirkung der Umweltreize, die in einer Freizeitanlage aufgenommen wurden, zu analysieren, geht diese Methode weit über die übliche listenhafte Aufzählung und Gegenüberstellung der Ausstattung von Einrichtungen mit Freizeitinfrastruktur hinaus. Ziel des semantischen Differentials ist es, die Konnotation eines Wortes im semantischen Raum zu beschreiben und quantitativ auszudrücken, indem die Assoziationen der befragten Person zu vorgelegten Paaren von gegensätzlichen Begriffen festgehalten werden.

Die grundsätzliche Konstruktion von Polaritätsprofilen und ihr theoretischer Hintergrund werden in der Fachliteratur ausführlich behandelt, so daß es hier genügt, auf einige Quellen zu verweisen (z. B. ATTESLANDER 1975, S. 253 ff., FRIEDRICHS 1979, S. 184 ff., HERKNER 1981, S. 209 ff). An dieser Stelle soll lediglich die praktische Durchführung mit wenigen Sätzen erläutert werden. Einer Versuchsperson werden zu einem bestimmten Begriff oder Gegenstand – in unserem Fall zu dem Freizeitpark, der gerade besucht wurde, so daß ein unmittelbar gewonnener Eindruck vorhanden ist Paare von gegensätzlichen Eigenschaften vorgelegt. Bei jedem Gegensatzpaar soll die Testperson spontan, ohne lange zu überlegen, angeben, welches der Attribute ihrer Meinung nach eher für das Objekt zutrifft. Die Stärke der Zustimmung oder Ablehnung wird mit einer entsprechenden Markierung auf einer 7-Punkte-Skala ausgedrückt. Wie beim Bild einer Waage treffen beide Eigenschaften gleichermaßen zu, wenn die Mitte markiert wird. Je weiter nach links, um so mehr wiegt die

linksstehende Eigenschaft, je weiter nach rechts, um so mehr trifft das auf der rechten Seite stehende Attribut zu.

Welche Eigenschaftspaare sollen nun den Befragten als Stimuli bei einem Objekt wie in diesem Fall vorgesetzt werden? Das Verfahren geht u. a. davon aus, daß die Attributpaare auch wirklich von allen interviewten Personen als gegensätzlich aufgefaßt werden. Außerdem sollte ihr konnotativer Bezug offensichtlich sein, weil sonst die Befragten verunsichert werden und ihre Antworten aufgrund der Unklarheit stark schwanken. Bei der Auswertung kommt dies zum Tragen und kann erfahrungsgemäß in der anschließenden Faktorenanalyse dazu führen, daß eine einzelne Dimension, nämlich der Faktor ‚Bewertung‘, zuviel Gewicht erhält. Aus diesem Grund wurde die Konstruktion des Polaritätsprofils gemeinsam mit den an der Untersuchung beteiligten Studierenden diskutiert und während einer ersten Besichtigung des Erhebungsortes und Prüfung der Erhebungssituation zusammen mit dem Fragebogen einem Prätest unterzogen, um danach die endgültige Fassung festzulegen. Somit konnte davon ausgegangen werden, daß die Gegensatzpaare auf einem breiten Konsens beruhten und nicht etwa nur Assoziationen oder Problembewußtsein eines einzelnen Forschers beinhalteten.

Die meisten der ausgewählten Attribute tauchen auch in anderen Untersuchungen auf, was durchaus beabsichtigt und von Vorteil ist. So besteht z. B. in neun Fällen Übereinstimmung mit dem Polaritätsprofil, das HARD (1981, S. 180, Abb.27) unter didaktischer Zielsetzung Schülern vorlegte, um deren Meinungsbild über die Koblenzer Altstadt zu erfahren, die in gewisser Weise ebenfalls als Freizeitraum fungiert.

Um die Aufgabenstellung den Befragten möglichst verständlich zu machen und klarzulegen, wurde an den Anfang des Polaritätsprofils das einfache und konkrete Begriffspaar ‚sauber – schmutzig‘ gesetzt, und erst danach folgten abstraktere Attribute. Dabei sollten die Interviewer kontrollieren, ob das Verfahren verstanden worden war, denn nach einhelliger Meinung der Beteiligten konnte der EUROPA-PARK nur als ‚sauber‘ gelten. Ein davon abweichendes Ankreuzen signalisierte mit hoher Wahrscheinlichkeit, daß die betreffende Person sich über das Verfahren nicht im klaren war. Nur in diesem Fall waren die Interviewer gehalten einzugreifen und nochmals nachzufragen. Trotz dieser Vorsichtsmaßnahme zeigte sich mit durchschnittlich 4% eine relativ hohe Verweigerungsquote speziell bei diesem Teil des Fragebogens im Vergleich zum vorangehenden. Immer wieder bemängelten die Interviewer, das Instrument sei zu komplex, die notwendigen Erklärungen zu umfangreich und die Aufgabe überfordere manche Befragten. Ein deutlicher Hinweis darauf, wie weit modellhafte Vorstellungen und praktische Durchführung auseinanderklaffen. Es ist eben doch ein Unterschied, ob solche Erhebungen – wie in den meisten in der Fachliteratur beschriebenen Fällen – mit Schülern oder Studierenden, sozusagen fast unter Laborbedingungen, oder aber mit einer Querschnittsprobe der Bevölkerung durchgeführt werden. Oft wird unterschlagen, daß dieses Instrument

durchaus abstraktes Denkvermögen voraussetzt, von den Sprachschwierigkeiten der Ausländergruppen und einer Reihe anderer Probleme einmal abgesehen. Nur zu unterstreichen ist die kurze Bemerkung von FRIEDRICHS (1979, S. 188), „. . . daß die Ausfälle mit sinkender Schulbildung und sozialer Schicht steigen“, womit bei diesem Instrument generell die Gefahr besteht, das Meinungsbild besser gestellter Schichten überzubewerten und eventuell als Leitlinie zu übernehmen.“

Am ehesten waren sich die Besucher darüber einig, daß auf den Freizeitpark das Attribut ‚sauber‘ zuträfe (Mittelwert $m=1.67$, Standardabweichung $s=0.84$, vgl. Tab. 9); kein Wunder, da dieses Attribut einen ‚objektiven‘ Tatbestand bezeichnet, relativ einfach nachgeprüft werden kann und damit das Urteil hohe ‚Gebundenheit‘ besitzt – mit dem Fachbegriff der Sozialpsychologie ausgedrückt. Außerdem wirkt sich das eventuell korrigierende Eingreifen der Interviewer nach bekannten Gesetzmäßigkeiten der empirischen Sozialforschung angleichend aus. Ziemlich einer Meinung war man sich auch in bezug auf die Eigenschaften ‚schön – häßlich‘, ‚unterhaltsam – langweilig‘ und ‚freundlich – abweisend‘. In Abb. 3 soll dies durch die parallel zum Verlauf der Mittelwertlinie eingezeichnete Standardabweichung verdeutlicht werden. Dort wo die Kurven enger beieinander liegen, herrscht größere Übereinstimmung vor, dort wo sie auseinandergehen, ist man eher verschiedener Ansicht. Letztgenanntes trifft in erster Linie auf das Preisniveau des Freizeitparks zu und seinen ‚künstlichen‘ oder ‚natürlichen‘ Charakter. Auch die Assoziationen auf die Stimuli ‚europäisch – amerikanisch‘ und ‚anstrengend – erholsam‘ weichen stärker voneinander ab.

Im weiteren ist nun zu klären, ob sich dahinter eine gewisse Unsicherheit der Befragten verbirgt, die beispielsweise mit der Redewendung „Du meine Güte, was soll ich denn dabei antworten“ anklang, oder ob doch gruppenspezifische Meinungsunterschiede zugrunde liegen, die für eine breite Antwortpalette sorgten. Für tiefere Vergleiche und um die graphische Darstellung mit Zahlenmaterial zu untermauern, sind die wichtigsten Parameter in Tab. 9 zusammengestellt.

Zunächst soll aber geschildert werden, wie die einzelnen Attribute mit dem Gesamturteil über den Freizeitpark zusammenhängen, das die Befragten zu Beginn des Interviews gefällt hatten. Bewußt waren die Schulnotenskala für die Angebotsbewertung und das Polaritätsprofil weit auseinander an den Anfang bzw. das Ende des Fragebogens gesetzt worden, um Ausstrahlungseffekte möglichst gering zu halten und mit den übrigen Fragen eine Pufferwirkung zu erzielen. Die auftretenden Korrelationen zwischen der in Schulnoten ausgedrückten Gesamtbewertung der Anlage und den Einstellungsmerkmalen aus dem semantischen Differential lassen sich folgendermaßen zusammenfassen: In die Beurteilung fließt in erster Linie die gesamte Gestaltung der Anlage ein, die Präsentation der einzelnen Einrichtungen und der ästhetische Eindruck, den das Ensemble erweckt. So wird er in erster Linie als ‚schön‘ (Korrelationskoeffizient $r=0.45$, $S=99\%$) und ‚unterhaltsam‘ ($r=0.397$) von den

Befragten charakterisiert. Auf die atmosphärische Ebene zielt gleichermaßen das Attribut ‚freundlich‘, das ihm verliehen wird ($r=0.320$). Seine Konzeption als integriertes Freizeitzentrum mit einem durch wertvollen Baumbestand gekennzeichnetem Schloßpark und mit vielfältigen Attraktionen bestätigt sich auch dadurch, daß alle als ‚künstlich‘ wahrgenommenen oder empfundenen Einrichtungen zu einer negativen Bewertung beitragen. Erst danach wirkt sich die Sauberkeit der Anlage in der Gesamtbewertung aus, wenn man von der Stärke dieses Zusammenhanges ausgeht. Bessere Noten wurden auch dann erteilt, wenn die Orientierung in der Anlage keine Probleme bereitete, d. h. je mehr er als ‚einfach‘ und ‚übersichtlich‘ bezeichnet wurde. Übrigens ein Punkt, den die STIFTUNG WARENTEST (1984, S. 74) an den von ihr untersuchten Freizeitparks pauschal mit der Bemerkung bemängelte, es würden zu wenige oder unvollständige Hinweistafeln aufgestellt und Pläne seien teilweise nur gegen eine Gebühr am Eingang zu erhalten. Bei Einrichtungen mit einem so hohen Prozentsatz an Erstbesuchern und fremdsprachigen Gästen wie dem EUROPA-PARK spielt dieser Umstand notwendigerweise eine besondere Rolle. Schließlich lassen sich aus den Daten ziemlich eindeutige Präferenzen für Elemente eines Garten- oder Landschaftsparks ablesen. So neigte die Einschätzung der Lautstärke (Mittelwert) im EUROPA-PARK etwas nach ‚laut‘, gleichzeitig ergibt sich aber, daß das Gesamturteil um so besser ausfällt, je eher man ihn als ‚leise‘ empfindet.

Tabelle 8
Französische Besucher nach Wohngemeinden

Kategorie der Wohngemeinde	Französische Parkbesucher	Einwohner im Elsaß
ländlich	28,8	26,1
Kleinstadt	23,1	24,5
Mittelstadt u. Agglomerationen	48,1	49,4
Spaltensumme	100,0%	100,0%
Vertrauensgrenzen ca.	5,0%	5,0%

(INSEE 1979, S. 153, FICHTNER/MICHNA 1987)

Ruhezonen werden folglich durchaus gewürdigt – unklar bleibt in diesem Zusammenhang allerdings, ob sie auch von denjenigen Gästen wahrgenommen wurden, die später die Lautstärke in der Anlage kritisierten. Ebenfalls muß es weiteren Analysen vorbehalten bleiben, genauer zu klären, worauf sich dieses Gegensatzpaar konkret

bezieht. Ist es der Besucherlärm und Trubel, die Jahrmarktatmosphäre an Tagen mit starkem Andrang, an denen manche ein ‚ruhiges Plätzchen‘ suchen oder wirkt der ständig vorhandene Geräuschpegel aus Hintergrundmusik, Fahrgeräuschen und Werbeaktionen bei längerem Aufenthalt im Freizeitpark unangenehm?

Ähnliche Beziehungen bestehen bei den Assoziationen zu den Begriffen ‚anstrengend – erholsam‘ sowie ‚überladen – leer‘. Auch dort schlägt das Meinungspendel im Durchschnitt in Richtung auf ‚anstrengend‘ und ‚überladen‘ aus, die Angebotsbewertung fällt aber um so positiver aus, je stärker die Freizeitanlage als ‚erholsam‘ und ‚leer‘ eingestuft wurde. Daß der EUROPA-PARK ‚groß‘ sei, wurde von den Besuchern ebenfalls als Vorteil gesehen. Kritiker neigten eher dazu, ihn als ‚klein‘ einzustufen. Auf den positiven Zusammenhang des Gesamturteils mit dem Begriff ‚natürlich‘ wurde bereits hingewiesen. Ein ‚ländlicher‘ Charakter wird gegenüber einem ‚städtischen‘ bevorzugt und schlechtere Gesamtnoten gehen häufig mit der Ansicht einher, der Freizeitpark trage ‚amerikanische‘ Züge, während bei stärkerer Einstufung als ‚europäisch‘ auch das Gesamturteil positiver ausfällt. Kein Zusammenhang war mit den Attributen ‚ruhig – lebhaft‘ nachweisbar. Selbstverständlich fließt in die Gesamtwertung auch das Preisniveau ein: gute Noten korrespondierten mit der Einschätzung als ‚preiswert‘. Ein gewisser Widerspruch liegt beim Begriffspaar ‚für

Tabelle 9

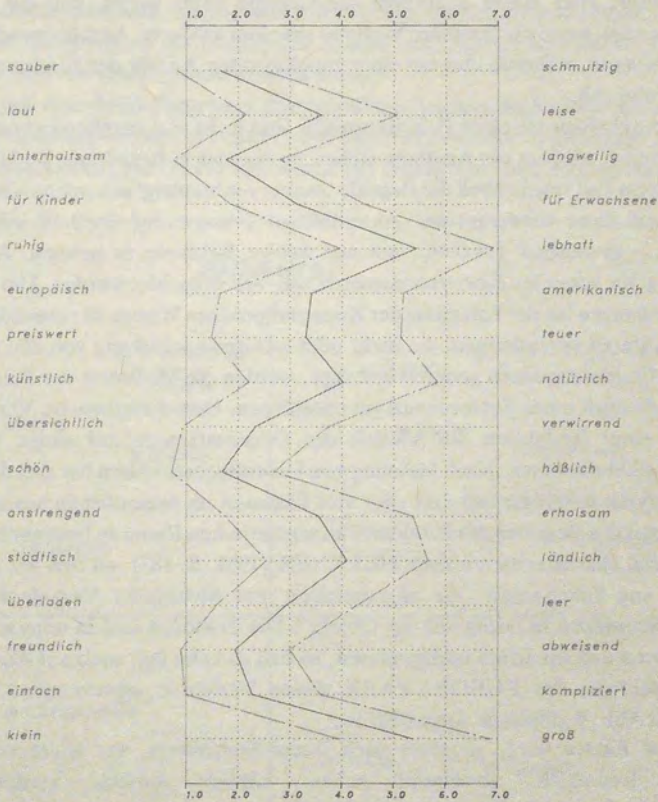
Parameter des Polaritätsprofils EUROPA-PARK

Gegensatzpaare	arith. Mittel	Standardabweichung	Median	abs. Anzahl
sauber – schmutzig	1,67	0,84	1,51	1354
laut – leise	3,61	1,45	3,75	1351
unterhaltsam – langweilig	1,77	1,03	1,56	1352
für Kinder – Erwachsene	3,14	1,29	3,70	1350
ruhig – lebhaft	5,45	1,49	5,87	1347
europäisch – amerikanisch	3,42	1,76	3,33	1344
preiswert – teuer	3,30	1,82	3,06	1349
künstlich – natürlich	4,03	1,82	4,02	1348
übersichtlich – verwirrend	2,34	1,41	1,98	1344
schön – häßlich	1,70	0,98	1,45	1348
anstrengend – erholsam	3,56	1,81	3,53	1346
städtisch – ländlich	4,10	1,55	4,07	1327
überladen – leer	2,93	1,35	3,21	1342
freundlich – abweisend	1,94	1,05	1,79	1346
einfach – kompliziert	2,28	1,30	1,99	1346
klein – groß	5,38	1,46	5,77	1345

(FICHTNER/MICHNA 1987)

Polaritätsprofil des EUROPA-PARK

bei allen Besuchern



Legende

Arithmetisches Mittel

Standardabweichung

Programmierung Dr. U. Fichtner, 1984 Stichprobenumfang : 1345

Abb. 3

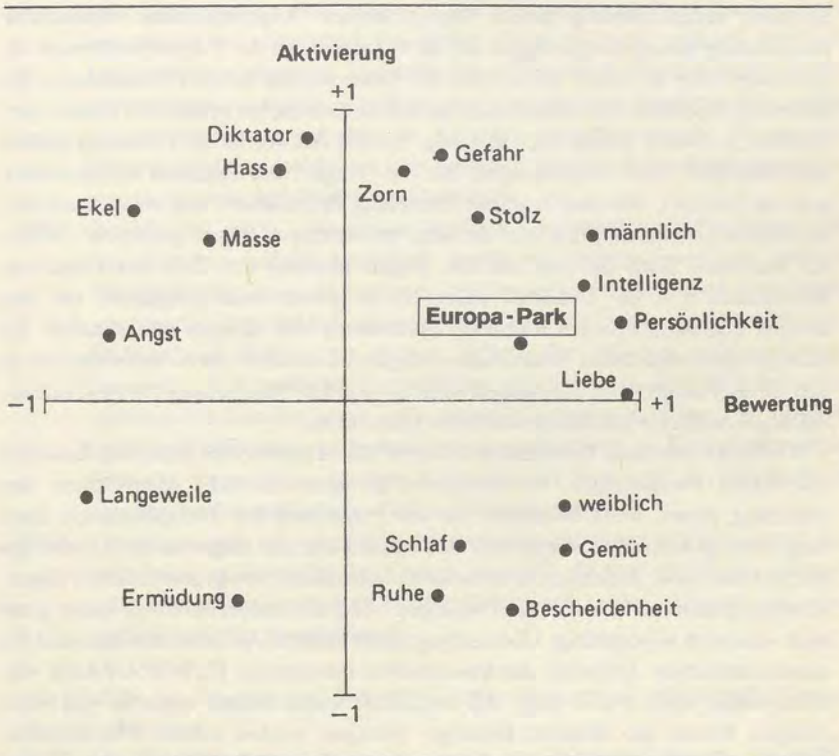
Kinder – für Erwachsene‘ vor, Vorstellungen der Besucher darüber, wie ein Freizeitpark sein sollte, spiegeln sich ebenso wie das durch die Werbung aufgebaute Image in der Meinung wider, es sei eher das Attribut ‚für Kinder‘ zu erteilen. Die Gesamtnote fiel aber dann besser aus, wenn man feststellen konnte, es werde auch Erwachsenen etwas geboten. Dieser Zusammenhang dürfte dadurch entstanden sein, daß ältere Menschen eher die zweite Auffassung vertraten und gleichzeitig bessere Noten erteilten. Sie zeigten sich damit wie bei vielen anderen Freizeituntersuchungen als anspruchsloser. Hier dürfte außerdem die Ursache dafür liegen, daß das Urteil günstiger ausfiel, wenn der familiäre Verband aus einer größeren Anzahl erwachsener Personen bestand, während dies bei einer zunehmenden Anzahl der Kinder nicht in gleicher Weise galt.

Die Eigenschaftspaare eines Polaritätsprofils sind nicht von vornherein voneinander unabhängig, sondern die Attribute stehen zueinander in Beziehung. So korrelieren in unserem Fall relativ hoch die Begriffe ‚sauber – schmutzig‘ mit ‚schön – häßlich‘ ($r=0.37$) und diese wiederum mit ‚unterhaltsam – langweilig‘ ($r=0.48$) oder mit ‚freundlich – abweisend‘ ($r=0.46$), um nur wenige Beispiele zu nennen. Auf die Schilderung der gesamten Korrelationsmatrix soll hier verzichtet werden. Um solche Überschneidungen bei der Erfassung der Konnotation eines Wortes zu vermeiden und um zu Strukturen vorzudringen, die mehr oder weniger unabhängig von den jeweils gewählten Gegensatzpaaren generell bestehen, werden die Meßwerte des Polaritätsprofils gewöhnlich einer Faktorenanalyse unterzogen. Dieses statistische Verfahren entspricht einer Reduktion der Vielfalt der Gegensatzpaare auf einige wenige semantische Dimensionen. Nach Meinung von Fachwissenschaftlern hat sich dabei in vielen Analysen bestätigt, daß drei oder vier Faktoren im wesentlichen ausreichen, um die Lage jedes Begriffes oder Objektes im semantischen Raum zu bestimmen. Die drei Faktoren charakterisieren nach HERKNER (1981, S. 183), an den wir uns im folgenden eng halten, „... die allgemeinsten und wichtigsten Verhaltens- und Erlebnisdimensionen in bezug auf das Objekt“. Die Faktoren sind in unterschiedlichen Kulturen und Sprachen nachgewiesen, so daß es nahe lag, auch auf das breite Besucherspektrum des EUROPA-PARK dieses Verfahren anzuwenden, dessen Ergebnis in Abb. 4 graphisch dargestellt ist.

Der erste Faktor wird, geordnet nach ihrem Stellenwert, vor allem von den Attributen ‚freundlich – abweisend‘, ‚schön – häßlich‘, ‚einfach – kompliziert‘, ‚übersichtlich – verwirrend‘, ‚sauber – schmutzig‘, ‚unterhaltsam – langweilig‘ und ‚preiswert – teuer‘ bestimmt. Ihnen liegt die Bewertungsdimension zugrunde. Sie bezieht sich auf subjektive Fragen des Individuums wie: „Ist dieses Objekt gut oder schlecht für mich? Soll ich mich ihm nähern oder es meiden? Ist es angenehm oder unangenehm?“ (HERKNER 1981, S. 183). Auf die Dimension der ‚Aktivierung‘ und auf die Fragen, ob das Objekt aufregend oder beruhigend, aktiv oder passiv, hell oder dunkel ist, zielt der zweite extrahierte Faktor. Er wird von den folgenden Gegensatz-

paaren hochgeladen, wiederum ihrer Bedeutung nach gereiht: ‚überladen – leer‘, ‚anstrengend – erholsam‘, ‚ruhig – lebhaft‘ aber auch ‚laut – leise‘, ‚klein – groß‘ und ‚städtisch – ländlich‘. Den dritten Faktor bestimmen vor allem die Attribute ‚künstlich – natürlich‘, ‚für Kinder – für Erwachsene‘, ‚europäisch – amerikanisch‘. Bei dieser Dimension der ‚Potenz‘ geht es um die Kontrolle, die man über ein Objekt besitzt, ob es stark oder schwach ist, ob man es beeinflussen kann oder ob man von ihm beeinflusst wird. Dabei erscheint ‚amerikanisch‘ als ein Synonym für Künstlichkeit, Schwäche und Fremdbestimmtheit, die von den in der Anlage aufgenommenen Reizen ausgehen, während die Attribute ‚natürlich‘, ‚für Kinder‘ und ‚europäisch‘ Stärke, Potenz und psychische Ausstrahlungskraft symbolisieren.

Die mit dem SPSS-Programm durchgeführte Analyse ergab zwar die erwarteten drei Hauptkomponenten (Faktoren) mit Eigenwerten über 1, allerdings beträgt die Varianzaufklärung nur 39.1% und würde bei Extraktion einer vierten Hauptkompo-



aus: Herkner, W., 1981, S. 184 (nach Hofstätter)

Abb. 4

nente auf lediglich 45.3% ansteigen, so daß nur ein geringer Teil der Vielfalt und Spannweite des Polaritätsprofils abgedeckt wird. Ursache hierfür dürfte die Verwendung von Individualdaten ohne jegliche Transformation sein. Eine Verbesserung des Modells wäre wahrscheinlich mit einer rechnerischen Umformung der Daten zu erreichen. Wir hatten uns dafür entschieden, jede Manipulation der Originaldaten zu vermeiden und dies einer eventuellen Sekundäranalyse zu überlassen. Aus diesem Grund soll auch nicht der weitere Weg beschritten werden, verschiedene Perzeptionsmuster einzelner Personengruppen anhand von unterschiedlichen Faktorenwerten aufzudecken. Vielmehr wird einer einfachen Auswertung der Rohdaten der Vorzug gegeben.

Das durchschnittliche Meinungsprofil (arithmetischer Mittelwert) der drei großen Nationalitätengruppen unter den Besuchern gibt Abb. 5 wieder. Auf den ersten Blick stimmen die drei Meinungskurven in Verlauf und Ausschlag ziemlich überein – ein Hinweis darauf, daß die Eigenschaftspaare richtig ausgewählt wurden und in beiden Sprachen verhältnismäßig gleiche Stimuli setzten. Augenscheinlich voneinander abweichende Beurteilungen liegen auf die Frage vor, ob der Freizeitparkbesuch als ‚preiswert‘ oder als ‚teuer‘ einzustufen sei. Gäste aus der Schweiz bezeichneten ihn eindeutig als preiswert, im Unterschied zu den Deutschen, bei denen die Tendenz zum Attribut ‚preiswert‘ gerade noch überwog. Bei den Antworten der Franzosen hielten sich schließlich beide Zuordnungen fast die Waage. Ihre Angaben waren breiter gestreut ($s=1.89$), und einer häufigen Einstufung als ‚preiswert‘ (ca. 40%) stand eine fast ebenso große Zahl (32%) auf der Seite des Attributes ‚teuer‘ gegenüber. Weder für den einen noch für den anderen Begriff konnten sich 28% der Franzosen entscheiden, d. h. die Unkosten waren für sie gerade noch akzeptabel. Bei den übrigen Eigenschaftspaaren waren die Differenzen weit weniger offensichtlich. Es müssen schon statistische Testverfahren eingesetzt werden, um zu beurteilen ob es sich um eher zufällige Abweichungen oder um so große Unterschiede handelt, daß ihr zufälliges Auftreten als unwahrscheinlich gelten kann.

Wie lassen sich diese Differenzen erklären? Dazu gibt es eine Fülle von Ansätzen und ersten Vermutungen. So könnten z. B. unterschiedliche Mentalitäten den Ausschlag geben, wenn Franzosen auf die Frage nach der Preisgünstigkeit eines Angebotes grundsätzlich skeptischer und zurückhaltender reagieren als Angehörige anderer Nationen. Außerdem dürften die Konnotationen von gegensätzlichen Eigenschaftsbegriffen nur selten in zwei Sprachen völlig übereinstimmen und daran kann auch eine noch so sorgfältige Übersetzung nichts ändern. Auffallenderweise sind die durchschnittlichen Ausgaben der französischen Familien im EUROPA-PARK verhältnismäßig hoch, wie in Kap. 2.2 ausgeführt wurde, zumal wenn sie von einer einzigen Person für mehrere Beteiligte getragen werden sollen. Wie erwähnt, zeichnen sich französische Besuchergruppen dadurch aus, daß sie im allgemeinen eine etwas größere Anzahl von Personen umfassen. Anhand des Eigenschaftspaares

„preiswert – teuer“ soll illustriert werden, wie im weiteren vorgegangen wurde, um die Hintergründe näher auszuloten. Dabei wird sich wiederum erweisen, wie vorteilhaft die Auswahl des EUROPA-PARK als Untersuchungsobjekt war, um eine vergleichende Studie durchzuführen. Die Stichprobe wurde in verschiedene Teilgruppen zerlegt, um ähnlich wie bei einem Experiment zu prüfen, bei welchen Gruppenkonstellationen die größten Differenzen unter den Antworten auftraten.

Die zugrundeliegenden Arbeitshypothesen lauteten ausführlich:

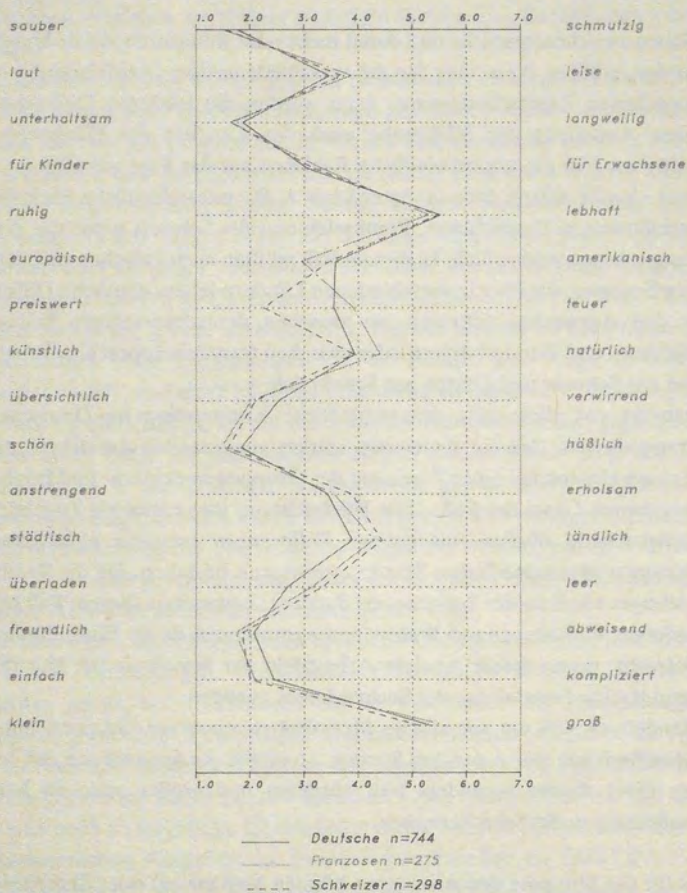
- H(1): Geben zwischenstaatliche und damit mehr oder weniger nationale Unterschiede den größten Ausschlag für die verschiedenartigen Assoziationen auf die vorgelegten Eigenschaftspaare, dann werden die stärksten Differenzen bei einer Aufteilung der Stichprobe nach den Ländern des Hauptwohnsitzes auftreten. Für die unterschiedliche Reaktion auf das Eigenschaftspaar „preiswert – teuer“ wären dann in erster Linie z. B. unterschiedliche Einkommensverhältnisse in Deutschland, Frankreich und der Schweiz sowie die Wechselkursparitäten maßgeblich. In diesem Fall müßten auch zwischen gleichsprachigen Gruppen, die aber in verschiedenen Ländern leben, deutliche Differenzen in den Antworten auftreten, so zwischen deutschsprachigen Schweizern, Elsässern und Bundesbürgern oder zwischen französischsprachigen Angehörigen der Schweiz und Gästen aus Frankreich.
- H(2): Bewirkt vor allem eine unterschiedliche Konnotation im Deutschen und Französischen, daß die Antworten stärker voneinander abweichen, dann ist dies am ehesten bei einer Trennung der Gruppen in deutsch- und französisch-sprechende Gäste der Fall, ohne Rücksicht auf ihre nationale Zugehörigkeit. Entsprechend dürften nur geringe Differenzen zwischen gleichsprachigen Personen unterschiedlicher Staatszugehörigkeit bestehen. Da die Sprache ein wichtiges Medium der Sozialisation darstellt, kommen in diesem Fall kulturell bedingte Verhaltens- und Wahrnehmungsunterschiede als Einflußfaktoren in Betracht, deren tiefere Analyse Arbeitsfeld der Soziologie ist; hier muß die vereinfachte Feststellung des Sachverhaltes genügen.
- H(3): Handelt es sich um spezifische Mentalitäten einzelner Gruppen unter den Besuchern aus einem der drei Staaten, so müßte die Spannbreite der Antworten unter diesen besonders weit ausfallen und größer sein, als bei einer Aufteilung in die Sprachgruppen.

Als Maß für die Streuung der Antworten können Varianz (v) oder Standardabweichung (s) dienen.

Für das Eigenschaftspaar „preiswert – teuer“ ließ sich feststellen: die Antworten fallen unter den Besuchern aus Frankreich nicht anders gestreut aus als bei Deutschen

Polaritätsprofil des EUROPA-PARK

nach Nationalitäten



Programmierung Dr. U.Fichtner, 1984

Abb.5

und Schweizern, denn die Nullhypothese auf Gleichheit der Varianzen (F-Test) läßt sich nicht verwerfen. Folglich ist davon auszugehen, daß innerhalb der französischen Gästegruppe keine stärkeren Meinungsunterschiede über die Preisgünstigkeit des Angebotes bestehen, als dies unter den übrigen Gästen der Fall ist. Die 3. Hypothese entfällt folglich als Erklärungsmodell. Vergleicht man nun eine Aufteilung der Befragten nach ihrer Sprachzugehörigkeit mit einer zweiten Gruppierung nach dem Land ihres Wohnsitzes, so ergibt sich, daß die deutlichsten Unterschiede im Urteil über die Preisgünstigkeit bei einer Aufteilung nach dem Wohnsitz zu Tage treten. (Der Betrag des errechneten T-Wertes ist wesentlich größer.) Dies spricht für Hypothese(1). Eindeutig bestätigt sich schließlich der Einfluß von unterschiedlichen Einkommensverhältnissen und Wechselkursparitäten auf die Antworten zu diesem Eigenschaftspaar dadurch, daß deutschsprachige Gäste aus mehreren Ländern (Deutsche, Schweizer und ein Teil der Elsässer) untereinander stark abweichender Meinung waren; vor allem die Schweizer bezeichneten die Anlage als ‚preiswert‘.

Vergegenwärtigen wir uns: es handelt sich hierbei zunächst nur um Meinungsäußerungen, die kein automatisches Handeln implizieren oder zu diesem führen. Immerhin geht aus vielen anderen Beobachtungen hervor, wie schnell und empfindlich grenzüberschreitender Freizeitverkehr bereits durch kleine Veränderungen der wirtschaftlichen oder politischen Rahmenbedingungen beeinflusst wird. Gerade am südlichen Oberrhein gibt es darüber wechselvolle Erfahrungen. Die Ausdehnung des in Kap. 1.2 geschilderten Einzugsgebietes erhält hierdurch eine zusätzliche Erklärung: auch die Transportkosten fallen für Schweizer Gäste zur Zeit weniger ins Gewicht. Folglich erstreckt sich das Einzugsgebiet auch aus diesem Grund weit nach Süden.

In welcher Beziehung stehen die oben aufgeführten drei Hypothesen aber zu Gesamtbewertung und Zuordnung der Eigenschaftspaare? Die beste Gesamtnote (1.3) erzielte der Freizeitpark unter seinem französischsprachigen Publikum, Franzosen und frankophone Schweizer zusammengenommen, was sicherlich auch aus dem Bemühen des Unternehmens um Zweisprachigkeit bis in viele Details resultiert. Da eine derartige konsequente Anwendung im Grenzland immer noch rar ist, wird ein französischsprachiger Gast dadurch angenehm überrascht. Außerdem dürfte auch eine gewisse Höflichkeit gegenüber dem Gastland zum Ausdruck kommen. Die Gesamtnote der deutschen Besucher ist zwar immer noch ‚gut‘ (1.65), aber doch signifikant abgesetzt, während deutschsprachige Schweizer und Elsässer mit ihrer Beurteilung zwischen den beiden anderen Gruppen liegen. Die stärksten Unterschiede bestehen also diesmal auf sprachlicher Ebene und Hypothese(2) wird damit unterstützt. Demnach fließen die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen keineswegs direkt in die Gesamtbeurteilung eines Freizeitangebotes ein und die Kunden wissen offenbar in diesen Punkten genau zu unterscheiden. Auch beim Stimulus ‚laut – leise‘ bestehen die größten Unterschiede dann, wenn nach Sprachgruppenzugehörigkeit

getrennt wird. Dies wird in Abb. 5 dadurch sichtbar, daß der Durchschnittswert der gemischtsprachigen schweizerischen Gästegruppe genau zwischen dem der Deutschen, die mehr nach ‚laut‘ tendieren, und demjenigen der Franzosen liegt, für die beide Begriffe (‚bruyant‘ und ‚calme‘) fast gleiches Gewicht besitzen. Ähnliches gilt für ‚unterhaltsam – langweilig‘, wobei zwar Gäste aus Frankreich stärker zu ‚intéressant‘ tendieren, der Ausschlag auf dieses Attribut aber noch größer wird, unterteilt man ohne Rücksicht auf die Nationalität nach Sprachgruppen. Für ‚ruhig – lebhaft‘ bestehen sogar nur in dieser Hinsicht Unterschiede (5% Niveau), wobei die französische Sprachgruppe stärker zu ‚paisible‘ als zu ‚animé‘ neigt und sich wohl damit eine andere Konnotation als im Deutschen andeutet oder Hypothese(3) möglicherweise zutrifft. Bei ‚künstlich – natürlich‘ überwiegt unter den frankophonen Besuchern die Tendenz zu ‚naturel‘, während die deutschsprachigen eher auf ‚künstlich‘ setzen. Schließlich dominieren die sprachlichen Unterschiede auch bei ‚überladen – leer‘, wo Deutschsprechende das größere Gewicht auf ‚überladen‘ legen, Französischsprechende eher in Richtung auf ‚vide‘ tendieren, ohne daß jedoch das Gleichgewicht zwischen beiden Begriffen erreicht wird.

Für die Beurteilung, ob der Freizeitpark als ‚sauber‘ oder ‚schmutzig‘ einzustufen sei, ist die Staatszugehörigkeit relevanter als die Sprachzugehörigkeit. Franzosen äußern häufiger die Ansicht, das Etikett ‚sauber‘ träfe zu, als Schweizer oder Deutsche. Dahinter mag sich eine Projektion des Stereotyps von ‚der deutschen Sauberkeit‘ verbergen, denn selbstverständlich dürften nationale Vorurteile und Eigenheiten – die übrigens in der Freizeitanlage auf scherzhaft Weise thematisiert werden – auch bei der Bewertung von Einrichtungen eine Rolle spielen. Eine Übertragung des Urteils über Personen auf leblose Objekte erscheint dabei durchaus nicht als ungewöhnlich.

Bei der Frage, ob der Freizeitpark mehr für Kinder oder für Erwachsene geeignet sei, sind die Gäste aus Frankreich eher der Meinung, er biete auch Erwachsenen etwas, was mit dem beschriebenen geringeren relativen Anteil der Kinder unter ihnen übereinstimmt. Die Reaktion auf das Begriffspaar ‚europäisch – amerikanisch‘ ist offensichtlich ebenso der oben formulierten Hypothese(1) zuzuordnen. Franzosen sagen eindeutig, der Freizeitpark verdiene das Attribut ‚europäisch‘, Besucher aus Deutschland tendieren öfter zu ‚amerikanisch‘, wenn auch in der Gesamtheit dieser Begriff nicht überwiegt. Damit scheinen Franzosen unvoreingenommener gegenüber solchen Einrichtungen zu sein, vielleicht weil sie weniger Freizeitparkerfahrung besitzen, und die in Deutschland durch die Medien verbreiteten Klischeevorstellungen über mehr oder weniger schlechte DISNEYLAND-Kopien noch nicht aufgegriffen haben. Ebenso dürfte auf unterschiedlichem Kenntnisstand beruhen, daß Schweizer, die nach ihrer eigenen Aussage verhältnismäßig viele Freizeitparks aus Übersee kennen, den EUROPA-PARK nicht als besonders groß einstufen, während Franzosen eindeutig den Begriff ‚grand‘ favorisieren und die Antworten von Deutschen

zwischen den beiden anderen Gruppen liegen. Einer unterschiedlichen Gewöhnung an Freizeitparks in den drei Ländern (Hypothese 1) ist auch die Assoziation zu den Begriffen ‚anstrengend – erholsam‘ (‘fatigant – reposant’) zuzuweisen. Während sich hier die Meinung der französischen Gäste nicht signifikant von derjenigen der Besucher aus Deutschland unterscheidet, bestehen wohl aber Diskrepanzen innerhalb der deutschsprachigen Gruppe: Für die weniger an Freizeitparks gewöhnten deutschsprachigen Schweizer und Elsässer wiegen beide Begriffe nahezu gleich; dagegen empfinden die Gäste aus der Bundesrepublik den Parkbesuch eher als anstrengend. Als Höflichkeit gegenüber dem Gastland kann es gedeutet werden, wenn Franzosen und Schweizer gemeinsam die Anlage als ‚übersichtlich‘ und als ‚schön‘ bezeichnen, Deutsche sind dagegen etwas zurückhaltender. Schließlich erweist sich die nationale Zugehörigkeit auch als schärfer trennendes Kriterium bei den Antworten zum Begriffspaar ‚städtisch – ländlich‘, bei dem Deutsche leicht zu ‚städtisch‘ tendieren, das französische und schweizerische Publikum aber eher den Begriff ‚ländlich‘ zuordnet. Kann das eine Folge unterschiedlicher Aufnahme der Wohn- und Lebensumwelt sein, da doch die Franzosen öfter angaben, sie stammten aus großstädtischem Wohnumfeld (vgl. Kap. 2.2) ? Daß das einheimische deutsche Publikum schwieriger und kritischer ist, zeigt sich auch in seinen besonders breit gestreuten Antworten zu ‚freundlich – abweisend‘, die keine Entscheidung für eine Differenzierung nach der Sprach- oder der Staatszugehörigkeit zulassen. Damit ist Hypothese (3) angesprochen. Dasselbe Phänomen tritt bei ‚einfach – kompliziert‘ auf. Zwar unterscheiden sich die Angaben von Deutschen, Franzosen und Schweizern in der Weise, daß der Mittelwert der deutschen Antworten weniger stark nach ‚einfach‘ ausschlägt, aber die Varianz der Antworten unter den Gästen aus der Bundesrepublik ist größer als die Schwankungen innerhalb der deutschsprachigen Gruppe aus der Schweiz und dem Elsaß.

3. Freizeitparks: einige strukturelle Kennzeichen und allgemeine Entwicklungen

Seit etwa 20 Jahren hat sich der Umfang der Freizeitangebote stark erweitert. Darunter befinden sich auch die Freizeitparks. Unter diesem Begriff werden stationäre privatwirtschaftliche Betriebe zusammengefaßt, die auf ihrem Areal, zum großen Teil im Freien, gegen Bezahlung ein Unterhaltungsangebot offerieren. Dieses besteht aus mehreren Einzeleinrichtungen, die im Fachjargon als „Attraktionen“ bezeichnet werden. Sie entstammen den Bereichen ‚Technik‘ (Fahrgeschäfte, Spielautomaten . . .), ‚Kultur‘ (Theater, Ausstellungen) oder ‚Natur‘ (Präsentation von Pflanzen, Tieren, Wasserflächen). Von den Freizeitanlagen in öffentlicher Regie unterscheiden sie sich durch ihre kommerzielle Ausrichtung: ein grundlegender Faktor für Standortwahl und Betriebsgestaltung. Art und Umfang des Angebotes können recht unterschiedlich sein. Entsprechend stark schwanken Parkareal und Investitionsvolumen.

Große Flächen nehmen naturgemäß Betriebe mit überwiegender Tierpräsentation wie Wild- und Safariparks ein, zum Beispiel: KURPFALZPARK/Wachenheim (170 ha) oder WILD- und FREIZEITPARK ALLENSBACH (75 ha). Kleinere Areale besitzen jene Anlagen, deren Schwerpunkt auf vielfältigen künstlichen Einzelattraktionen liegt. In diesen liegen jedoch die Kapitalinvestitionen pro Flächeneinheit am höchsten, außerdem ist die innere Erschließung wesentlich intensiver, d. h. das Wegenetz ist viel dichter als in den Wild- und Gartenparks. Garten-, Märchen- und Miniaturmodellparks (z. B. TAUNUSWUNDERLAND: 4 ha, SWISSMINIATURE/CH: ca. 1 ha) oder andere spezialisierte Betriebe (Kinderspieldörfer, ‚Wasserparks‘) nehmen in der Regel nur kleine Flächen ein. Ausschließlich mit künstlichen Attraktionen, insbesondere mit Fahrgeschäften, gestaltete Anlagen, also eine Art ortsgebundener Kirmes oder Messe, werden in der Freizeitbranche als ‚amusement parks‘ oder Vergnügungsparks bezeichnet. Als Gattungsbegriffe haben sich dafür auch die Eigennamen zweier wegweisender Anlagen eingebürgert, nämlich ‚Tivoli‘ und ‚Luna - Park‘.

Die einzelnen Freizeitparktypen ziehen – mit gewissen Einschränkungen – ein jeweils unterschiedliches Publikum an, und ebenso zeigen durchschnittliche Verweildauer sowie Besucherzahlen im Saisonverlauf charakteristische Ausprägungen. Von den rund 50 größeren Freizeitparks der Bundesrepublik Deutschland läßt sich nur eine sehr geringe Zahl einem einzigen Typ zuordnen. Bezeichnenderweise kombinieren manche Betriebe vielmehr Angebote aus mehreren Kategorien von Erlebnissituationen (Vergangenheit, Zukunft, Fremde Länder, Spielwelten . . .) in der Form, daß das gesamte Parkareal eine charakteristische funktionale Einheit bildet (Freizeit-Themenparks, theme-parks), wobei im Einzelfall durchaus auch bestimmte Schwerpunkte gesetzt werden können. Die weltweit bekanntesten Vertreter dürften DIS-

NEYLAND bei Los Angeles, DISNEYWORLD in Florida und neuerdings TOKYO DISNEYLAND (Japan) sein. Typisch für die innere Gliederung von Themenparks ist der räumliche Wechsel von Ruhe- und Aktionszonen (Attraktionen, Shows . . .). Im Vergleich zu den reinen Vergnügungsparks weisen sie eine längere durchschnittliche Aufenthaltsdauer des Publikums auf.

Legt man die Kriterien zugrunde, die HEINRITZ (1976, S. 16) seinerzeit bei seiner Gliederung der Angebotstypen in Bayern (Komplexanlagen, Märchenwälder, Wildparks, Vogelparks und private Zoos) heranzog, so entsprechen heute nahezu alle Freizeitparks den Komplexanlagen. Denn fast ausnahmslos zeichnen sie sich durch ein „überdurchschnittlich reiches, die Kategorien ‚Tier und Natur‘, ‚Kinderspielwelt‘ und ‚Verkauf/Verzehr‘ umfassendes Angebot“ aus. Vielfach läßt sich nämlich beobachten, daß ein mehr oder weniger einseitiges Inventar allmählich breiter gefächert wird, in der Absicht, damit ein größeres und möglichst viele Altersschichten umfassendes Publikum anzusprechen.

4. Bedeutung und jüngere Entwicklung in der Bundesrepublik Deutschland

Trotz wirtschaftlicher Rezession oder Stagnation verzeichnen die Freizeitparks der Bundesrepublik Deutschland einen ungeminderten Andrang. Die meisten Prognosen gehen sogar von einem weiteren Anwachsen der Besucherzahlen aus. Den höchsten Wert in Europa erreichen die Niederlande, die bei einer Gesamtbevölkerung von 15 Millionen jährlich annähernd 17 Millionen Besuche in ihren Parks verbuchen können. Im Jahre 1984 waren es in Deutschland etwa 15 Millionen Besuche, d. h. pro Öffnungstag (rund 200 Tage pro Jahr) strömten durchschnittlich 72.500 Menschen in die Parks (ohne Berücksichtigung der Wildgehege, Märchengärten, Spaßbäder und Miniaturmodellanlagen). Dies entspricht etwa der Bevölkerung größerer Mittelstädte wie z. B. Tübingen oder Bamberg. Die Freizeitparks lockten damit mehr als doppelt soviel Publikum an wie die Stadien der 1. Bundesliga im Spieljahr 1983/84 (6.239.000 Zuschauer). Ihr Marktpotential bewegt sich angeblich zwischen 300 – 400 Mio. DM jährlich, d. h. etwa bei einem Drittel der Bruttoeinnahmen der deutschen Filmtheater oder der verschiedenen Kirmesveranstaltungen und Volksfeste – mit Ausnahme des Münchner Oktoberfestes, bei dem allein mehr als 100 Mio DM umgesetzt werden sollen.

Mitte der sechziger Jahre wurden die ersten modernen Freizeitparks in der Bundesrepublik Deutschland geschaffen. Die Zahl solcher in privater Regie erstellten Freizeitanlagen unterschiedlicher Größe und Ausstattung nahm etwa ab 1974 in rascher Folge zu (vgl. Abb. 6). Als wichtigste sozio-ökonomische Rahmenbedingungen dieses Ausbreitungsvorganges sind zu nennen: wachsende Freizeit, höheres frei verfügbares Einkommen und verstärkte individuelle Motorisierung. Etwa 100 größere und kleinere Betriebe mit komplexem freizeittechnischem Angebot sowie rund 3.000 Märchen- und Miniaturparks, Streichelzoos oder Tierparks zählte man zu Beginn der achtziger Jahre.

Der räumliche Ausbreitungsvorgang der Themenpark-Konzeption nahm 1967 in der Bundesrepublik Deutschland in Brühl bei Köln (PHANTASIALAND) seinen Anfang. Er setzte sich dann sowohl nach Süddeutschland (FREIZEITLAND GEISELWIND, 1969, HOLIDAY-PARK/Haßloch, 1970/71) als auch nach West- und Norddeutschland fort (ERLEBNISPARK KIRCHHORST, 1972, AFRIKA WONDERLAND/Hodenhagen); in den Jahren 1975 und 1976/77 wurden weitere Parks im west- und süddeutschen Raum errichtet, darunter der EUROPA-PARK, SCHLOSS THURN und FRÄNKISCHES WUNDERLAND PLECH, FORT FUN, HOLLYWOOD-PARK und HANSALAND.

Nach einer Bauzeit von rund zwei Jahren empfing der EUROPA-PARK in Rust am 12. Juli 1975 seine ersten Besucher. Ursprünglich waren vom Gründer und Betreiber

als Standorte Breisach oder Neuenburg am Rhein in Betracht gezogen worden, doch zerschlugen sich diese Pläne an Einsprüchen der Wasser- und Schifffahrtsdirektion, welche in den fraglichen Gebieten Rückhaltebecken anlegen wollte. Die Wahl fiel schließlich auf die Gemeinde Rust, die etwa 5 km westlich der BAB 5 liegt. Hier stand ein größeres, am Ortsrand gelegenes Areal zum Verkauf. In dem von der Elz durchflossenen ehemaligen Anwesen (mit wertvollem altem Baumbestand) des dortigen Schlosses, das zusammen mit anderen Gutsflächen erworben werden konnte, befanden sich bereits ein kleiner Märchengarten und ein Tiergehege (mit weniger als 10.000 Besuchen jährlich). Im Flächennutzungsplan war damit schon eine Freizeitfläche ausgewiesen, was die behördlichen Genehmigungsverfahren für den künftigen Betrieb wesentlich erleichterte. Gleichzeitig erfüllte dieser Standort zwei grundsätzliche Forderungen des Gründers: Nähe zur Autobahn und Nähe zum Stammbetrieb in Waldkirch, dem Unternehmen der Familie Mack, das seit 1791 Fahrzeuge für Schausteller und seit rund 60 Jahren Karussells, andere Vergnügungsgeschäfte und sonstige Freizeitattraktionen herstellt.

Heute befinden sich rund 50 größere Freizeitparks auf dem Gebiet der Bundesrepublik Deutschland. Größtenteils entspricht ihre zahlenmäßige Verteilung auch in etwa den Bevölkerungsschwerpunkten, mit einer Ausnahme, dem Großraum München, in dem nach dem Brand der ‚ersten amerikanischen Westernstadt Europas‘, HOT GUN TOWN (in Grafrath 1971 -1974), keine solche Einrichtung mehr vorhanden ist.



Abb. 6

Seit kurzer Zeit hat in der deutschen Freizeitbranche ein wirtschaftlicher Konzentrationsprozeß eingesetzt, der in Richtung einer Selektion der größeren Themenparks und der besten Standorte verläuft. Er ist vor allem in Norddeutschland, wo eine relativ hohe Dichte von Freizeitparks besteht, in vollem Gange und äußert sich in einer wachsenden Polarisierung der Besucherströme. Eine ähnliche Marktberreinigung könnte in nächster Zeit auch im westdeutschen Raum einsetzen.

Mehr als ein Drittel des gesamten Besucheraufkommens verteilte sich in den letzten Jahren auf die fünf Themen-Großparks in Brühl (PHANTASIALAND), Haßloch (HOLIDAY-PARK), Rust (EUROPA-PARK), Sierksdorf (HANSALAND) und Soltau (HEIDE-PARK). In der Bundesrepublik Deutschland hat mittlerweile ein Investitionswettlauf zwischen den einzelnen Betrieben eingesetzt. Je höher die in den einzelnen Freizeitparks getätigten Investitionssummen liegen, desto größer müssen in der Regel auch die einen kostendeckenden Betrieb gewährleistenden jährlichen Mindestbesuchszahlen sein. Bei unveränderten Nachfragebedingungen muß sich deshalb das Einzugsgebiet ausdehnen, was in einem schon mit mehreren Anlagen besetzten Raum nur auf Kosten anderer Anbieter erfolgen kann. Ein Beispiel für diesen Verdrängungswettbewerb bietet das unmittelbare Einzugsgebiet des EUROPA-PARK: das kaum 20 Autominuten von Rust entfernte kleine PARADIESLAND im elsässischen Boofzheim stellte etwa 5 Jahre nach der Eröffnung der badischen Freizeitanlage seinen Betrieb ein.

Nach Besuchszahl und Investitionsvolumen ergibt sich für die deutschen Freizeitparks eine Aufteilung in drei Gruppen, die sich auch mehr oder weniger in bezug auf die jeweiligen Betriebsflächen unterscheiden:

1. sieben **Großparks**
(mehr als 500.000 Besuche pro Jahr),
2. fünf **mittelgroße** Anlagen
(250.000 – 500.000 Besuche jährlich),
3. die restlichen **kleineren** Betriebe
(weniger als 250.000 Besuche jährlich).

Der Trend zur Spezialisierung der Freizeiteinrichtungen, der schon im 19.Jh. begann, verstärkt sich in jüngster Zeit in zunehmendem Maß. Die Aussage von SCHÖLLER (1975, S. 135): „All das zeigt, daß für die Freizeitbetätigung einer modernen Konsumgesellschaft der reine Grünpark mit seinen natürlichen Ruhe- und Erholungsanlagen nicht die einzige und für weite Bevölkerungskreise auch nicht die attraktivste Form städtischer Freiraumnutzung darstellt“, trifft – in abgewandelter Form – auch für die außerhalb von Städten lebende Bevölkerung zu.

5. Die wirtschaftliche Bedeutung privater Freizeitgroßanlagen am Beispiel des EUROPA-PARK

5.1 Einige allgemeine Betriebsdaten des EUROPA-PARK

Zu den vier größten deutschen Freizeitparks zählt der EUROPA-PARK in Rust/Südbaden. Drei Wochen nach der Eröffnung waren schon 100.000 Besucher in diese Anlage gekommen. Heute sind es etwas mehr als 1.4 Mio. jährlich (vgl. Abb. 7). Der Betrieb expandierte kontinuierlich und hat sich zu einer Freizeitanlage von internationalem Rang entwickelt.

Anfangs war das Areal 16 ha groß, inzwischen erreicht es ca. 37 ha. Im Jahre 1977 wurde das Renaissance-Schloß (1442 erbaut) des Adelsgeschlechtes der Böcklin zu Böcklinsau erworben und 1980 in den Themenpark integriert.

Die Betriebsfläche ist durch ein rund 7 km langes Wegenetz erschlossen und gliedert sich wie folgt auf:

Nutzfläche für das Publikum (Wege, Attraktionen, Wasser- und Grünflächen):	ca. 18.0 ha
Parkplätze:	ca. 15.0 ha
Verwaltung, Werkstätten:	ca. 2.0 ha
Restauration:	ca. 0.3 ha
Verkaufsflächen:	ca. 7.0 Ar

Ein künstlich geschaffener See nimmt ca. 1.6 ha ein.

Der Gastronomiebereich, der im Unterschied zu einigen anderen derartigen Unternehmen nicht verpachtet ist, sondern vom Parkbetreiber selbst bewirtschaftet wird, verfügt insgesamt über etwas mehr als 3.500 Sitzplätze und steht damit an der Spitze aller deutschen Freizeitparks. Es entfallen rund 2.420 Plätze auf fünf in Ausstattung, Angebot und Preisniveau unterschiedliche Restaurants, der Rest verteilt sich auf acht Imbißstände. Auch im internationalen Vergleich kann sich die Gastronomiekapazität des EUROPA-PARK sehen lassen.

Die Anlage besitzt heute mehr als 50 künstliche Attraktionen, darunter die vier Großattraktionen ‚Wildwasserbahn‘, ‚Grottenblitz‘, ‚Euro-Turm‘ und ‚Bobbahn‘. Zum Angebot gehören weiterhin mehrere Indoor - Veranstaltungen (Varieté-Theater, zwei Elektroniktheater, 180-Grad-Kino, Delphin- und Seelöwenshow). Die rechnerische Kapazität aller Fahrgeschäfte und Show-Veranstaltungen beläuft sich auf ca. 25.000 Personen pro Stunde. Im HEIDE-PARK/Soltau sind es ungefähr 20.000 Personen/h, im HOLIDAY-PARK/Haßloch ca. 10.000 Personen/h. Größere Themenbereiche bilden in der Ruster Anlage die ‚ITALIENISCHE PIAZZA‘ und das ‚HOLLÄNDISCHE DORF‘ (je 1 ha). Innerhalb der Freizeitanlage befinden sich

neunzehn Verkaufsstände für Souvenirartikel, Eis und Süßigkeiten. Eine Besonderheit, die mit der räumlichen Lage und der Besucherstruktur des EUROPA-PARK zusammenhängt, ist die weitgehende Zweisprachigkeit (Deutsch-Französisch) sowohl in schriftlicher Form (Schilder, Plakate, Informationsbroschüren, Speisekarten etc.) als auch im mündlichen Gebrauch (Ansagen, Texte von Shows, Revuen etc.).

Die gesamte Investitionssumme des EUROPA-PARK beträgt derzeit mehr als 60 Mio. DM. In der Bundesrepublik dürfte dieser Wert nur von PHANTASIALAND (ca. 80 Mio. DM) übertroffen werden (i. J. 1985). Besonders kostspielig sind die Themenbereiche: die Kosten für die ‚Italienische Piazza‘ beliefen sich auf rund 15 Mio. DM, für das ‚Holländische Dorf‘ bislang auf 10 Mio. DM.

Besuchszahlen des EUROPA-PARK 1975-1985

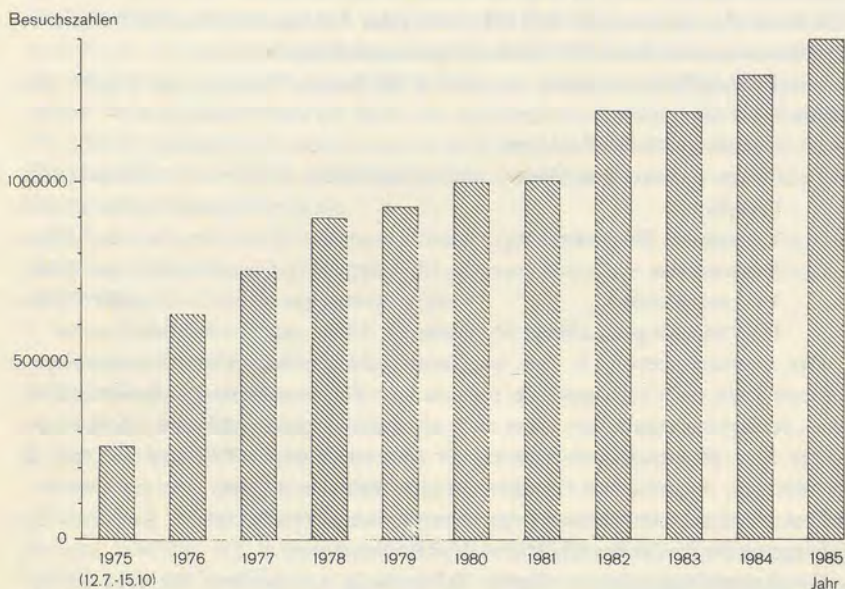


Abb. 7

5.2 Der EUROPA-PARK als Wirtschaftsfaktor in der südlichen Ortenau

Zum eigentlichen Stammpersonal des EUROPA-PARK zählen rund 120 Personen, etwa 650 – 700 Personen werden insgesamt während der Öffnungsperiode beschäftigt. Die Belegschaft des EUROPA-PARK gliedert sich neben den ganzjährig Beschäftigten (ca. 20%) in saisonal beschäftigte Arbeitskräfte (ca. 40) und solche, die nur

wochen-, tage- oder stundenweise angestellt sind (40%). Im Winter liegt der Anteil der männlichen Mitarbeiter bei 85%, im Sommerhalbjahr bei rund 45%. Die saisonalen Arbeitskräfte umfassen vorwiegend ungelernete weibliche Arbeitskräfte sowie teilzeitbeschäftigte Jugendliche (Schüler und Studenten). Ähnliche Beschäftigungsverhältnisse sind in der gesamten Freizeitparkbranche anzutreffen. Im Vergleich zu den Themenparks liegen die Beschäftigtenzahlen in Anlagen mit überwiegender Tier- und Pflanzenpräsentation i. allg. wesentlich niedriger und schwanken auch weniger über den Jahresverlauf.

Etwa 20% der Belegschaft des Sommerhalbjahres wohnen in Rust, 40% kommen aus dem restlichen Ortenaukreis, 30% aus benachbarten Gemeinden des Landkreises Emmendingen und 10% stammen aus dem Elsaß und zwar aus den grenznahen Gemeinden um Rheinau/Rhinau. Rund die Hälfte der Beschäftigten arbeitet in der Gastronomie. Das Aufsichts- und Bedienungspersonal an den Attraktionen macht ca. 35% aus, der Rest verteilt sich auf Verwaltung, Instandsetzung, Wartung und Gärtnerei. Der letztgenannte Tätigkeitsbereich zählt alleine ca. 12 – 15 Personen. Auf Souvenirbetriebe und andere Verkaufsstände entfallen in Rust 85 Mitarbeiter. Abgesehen vom Parktyp hängt die Personalintensität auch von der jeweiligen Ausstattung mit Gastronomie- und Verkaufseinrichtungen ab.

Zwar scheint der Beschäftigungseffekt insgesamt nicht allzu groß, denn die absolute Zahl der Dauerarbeitskräfte ist verhältnismäßig gering. Dennoch stellt der Freizeitpark für das industriearme Gebiet um Rust den bei weitem wichtigsten Arbeitgeber dar. Das Unternehmen beschäftigt etwa ebenso viele Personen aus Rust, wie die drei anderen am Ort ansässigen Firmen des verarbeitenden Gewerbes (Heidolph: 80, Selectronic: 30, Villiger: 30 Beschäftigte). Das einstige Fischer- und Bauerndorf hat 800 Auspendler, etwa 350 – 400 Personen (vorwiegend Saisonbeschäftigte des EUROPA-PARK) pendeln ein. Mit einem Umsatz von mehr als 30 Mio. DM und Lohn- und Gehaltsaufwendungen in Höhe von knapp 10 Mio. DM rangiert der EUROPA-PARK außerdem unter den größten Wirtschaftsbetrieben der südlichen Ortenau. Auch in bezug auf einige andere Daten ist die Freizeitanlage durchaus mit einem mittelgroßen Industriebetrieb vergleichbar; der Wasserbedarf liegt bei 250.000 cbm pro Saison, jährlich werden mehr als 1.5 Mio kwh Strom verbraucht (davon ca. 50% aus eigenem kleinen Laufkraftwerk).

Für den Gemeindehaushalt von Rust (2.700 Einwohner) ist das Unternehmen von außerordentlicher Bedeutung, entfallen doch auf es allein 80 – 85% des gesamten Gewerbesteueraufkommens. Unter den Firmen, welche die restlichen 15% – 20% aufbringen, arbeiten mehrere für die Freizeitanlage. Von 1975 bis 1985 stieg die Einkommenssteuersumme von 381.900 DM auf mehr als 1.3 Mio. DM. Und es ist keine Übertreibung, wenn BRUCKER (Bad. Zeitung v. 25.9.85) behauptet, die Freizeitanlage habe Rust aus einem – wirtschaftlich keineswegs erfreulichen – „Dornröschenschlaf erweckt“. Eindeutig bestätigt sich hier, was RUPPERT (1980,

S. 186) allgemein über die „Auswirkungen des Freizeitwesens“ äußerte: „Beträchtlich ist die Kaufkraftverlagerung in strukturschwache Gebiete, die bisher der Neuschaffung zusätzlicher Arbeitsplätze schwer zugänglich waren“. Der Ort profitiert im übrigen auch von finanziellen Zuwendungen an lokale Vereine, die Bewohner können die Anlage kostenlos betreten.

Zu den sozio-ökonomischen Verflechtungen des EUROPA-PARK mit seinem in näherer und in mittlerer Entfernung liegenden Umland gehören außerdem auch die Zuliefererbeziehungen. Jährlich entfällt allein für den Einkauf von Gastronomiewaren (Nahrungs- und Genußmittel) ein Auftragsvolumen von rund 5 Mio. DM auf Firmen im Ortenaukreis und im nördlichen Breisgau; weiterhin werden Druckereierzeugnisse, Souvenirartikel etc. von Unternehmen dieses Raumes, aber auch aus weiter entfernten Gebieten bezogen. Einige Gastronomiewaren stammen z. B. aus dem Elsaß.

Im Park werden pro Jahr rund 800.000 Brötchen, mehr als 5.000 hl Getränke (davon 3.000 hl alkoholfreie Getränke) und rund 100.000 Stück Kuchen konsumiert, an Spizentagen kann der Verbrauch von Pommes frites bei rund einer Tonne liegen. Im HOLIDAY-PARK (Haßloch) werden laut Angaben der Betriebsleitung an einem Spizentag 250 kg Bonbons, 1000-2000 Tassen Kaffee und 50-100 Torten oder Kuchen sowie 10.000-20.000 Brötchen mit Wurst, Käse, Bratwürsten oder Frikadellen verkauft. Solche Freizeitgroßanlagen verzeichnen bei manchen Waren eine Nachfrage, die zumindest an Spizentagen in etwa mit derjenigen einer Kleinstadt vergleichbar ist.

Von den bislang getätigten jährlichen Investitionen in Höhe von durchschnittlich 5 Mio. DM gingen 40-50% des Auftragswertes an Firmen der Region; beim Bau des Themenbereiches ‚Italienische Stadt‘ waren es sogar fast 100%. Insgesamt stammen rund 90% der Fahrgeschäfte aus der Produktion der Stammfirma in Waldkirch.

Indirekte Auswirkungen des Parkbetriebes zeigen sich auch im Hotel- und Gaststättengewerbe und bei den Campingplätzen der Umgebung. Die Gemeinde Rust, in der zum Zeitpunkt der Eröffnung des EUROPA-PARK noch keine Fremdenzimmer angeboten wurden, besitzt inzwischen eine Kapazität von mehr als 80 Fremdenbetten, ein neues Hotel mit 40 Betten ist geplant. Ein relativ hoher Prozentsatz der Gäste von Hotels, Gasthöfen und Campingplätzen in der Umgebung von Rust (insbesondere in den in der Nähe der Autobahn (BAB 5) gelegenen Orten zwischen Riegel im S und Kippenheim im N) besucht im Sommerhalbjahr den EUROPA-PARK. Darunter befinden sich vor allem Touristen aus Norddeutschland, den Niederlanden und den skandinavischen Ländern. Der Campingplatz von Ettenheim hat seit Eröffnung des EUROPA-PARK seine Fläche und Aufnahmekapazität verdoppelt!

Vom Besucherstrom in den EUROPA-PARK profitieren nicht nur die Ruster Gastronomiebetriebe, sondern auch einige andere Dienstleistungsunternehmen wie Einzelhandelsgeschäfte, Tankstellen und Geldinstitute sowie die Bundespost, die in

der Anlage einen Schalter unterhält. Zu den wirtschaftlichen Partnern gehören schließlich auch die Deutsche Bundesbahn und die Busreiseunternehmen. Ein Großteil der letztgenannten Betriebe im süd- und mittelbadischen Raum – und nicht zu vergessen im Elsaß und in der Nordwestschweiz – führt Fahrten nach Rust in ihrem Programm.

Ein ungelöstes Problem, das zur Zeit im Zusammenhang mit einer neuen Autobahnausfahrt diskutiert wird, ist das durch den Freizeitpark hervorgerufene hohe Verkehrsaufkommen. An Spitzentagen (um 20.000 Besuche) fahren etwa 4.400 PKW und 70 Busse den Park an, in der Öffnungsperiode (ca. 1.2 Mio. Besuche) sind es insgesamt rund 310.000 PKW und 7.500 Busse. Dabei kommt es auf den engen Ortsdurchfahrten der Gemeinden Kappel und Rust oftmals zu kilometerlangen Staus. Die Anwohner fühlen sich durch Lärm und Abgase belästigt. Wie es scheint, wird eine neue Verkehrsregelung diesem Zustand in absehbarer Zeit abhelfen.

Trotz der Verkehrsprobleme vor Ort, deren Entstehung übrigens schon längere Zeit absehbar war (siehe GEISS 1976), soll darüber aber nicht die Tatsache vergessen werden, daß Freizeitanlagen, die wie der EUROPA-PARK größere Besucherströme kanalisieren und auf relativ engem Raum absorbieren, dabei helfen können, ökologisch empfindliche Landschaftsteile zu schonen. Der EUROPA-PARK trägt indirekt dazu bei, den Druck auf die überlasteten Erholungsräume Schwarzwald und Vogesen abzuschwächen.

Die Ausbreitung der Freizeitparks in der Bundesrepublik Deutschland im allgemeinen und die Entwicklung des EUROPA-PARK im besonderen bieten anschauliche Beispiele für die Raumwirksamkeit privatwirtschaftlicher Initiativen im Freizeitbereich: „Durch die Schaffung neuer Strukturen im Angebotsbereich wurden die raumwirksamen Verhaltensweisen der Konsumenten nicht unwesentlich beeinflußt, neue Freizeitaktivitäten initiiert und damit wiederum wirtschaftliche Impulse für die Freizeitindustrie erzeugt“ (RUPPERT 1980, S. 186).

Eine Reihe von privaten Freizeitanlagen ließ sich in Fremdenverkehrsgebieten oder in der Nähe von Ausflugszielen wie historischen Monumenten oder Natursehenswürdigkeiten nieder, um von deren Besucherströmen zu profitieren. Beispiele hierfür sind die vier Freizeitparks am Bodensee, die drei Betriebe in der Umgebung der Hohkönigsburg (Elsaß) oder auch der BERGWILDPARK STEINWASEN (Hofsgrund) im Südschwarzwald. Dem EUROPA-PARK in Rust gelang es hingegen, Fremden- und Naherholungsverkehr in ein bislang davon kaum berührtes Gebiet zu lenken. Zum Glück kann eine Beeinträchtigung des nahgelegenen und ökologisch höchst empfindlichen Naturschutzgebietes ‚Taubergießen‘ durch die Besucher des EUROPA-PARK zum heutigen Zeitpunkt so gut wie ausgeschlossen werden: Ihr Verhalten (lange Aufenthaltsdauer im Freizeitpark, keine Neigung zu Kopplungen) steht dazu in krassem Widerspruch, solange nicht mit Hinweisen oder durch Werbemaßnahmen bewußt die Aufmerksamkeit des Publikums auf das Naturschutzgebiet

gelenkt wird. Daran erweist sich erneut, wie unerlässlich die Kenntnis des räumlichen Nachfrageverhaltens für eine fundierte Regionalplanung und Raumordnung ist.

Literaturverzeichnis

AMUSEMENT-INDUSTRIE, Paderborn

ATTESLANDER, P. (1975): Methoden der empirischen Sozialforschung.

(= Sammlung Göschen, Bd. 2100) Berlin

BADISCHE ZEITUNG, Freiburg

BOBEK, H. (1969): Die Theorie der Zentralen Orte im Industriezeitalter. in:

Deutscher Geographentag Bad Godesberg 1967, Wiesbaden, S.199-213.

BORCHERDT, Ch. (1983) (Hrsg.): Geographische Landeskunde von Baden-Württemberg. (= Schriften zur politischen Landeskunde) Stuttgart,

BORCHERDT, CH., (1977) (Hrsg.): Versorgungsorte und Versorgungsbereiche. Zentralitätsforschungen in Nordwürttemberg.

(Stuttgarter Geogr. Studien, Bd. 92)

BOUSTEDT, O. (1962): Die Zentralen Orte und ihre Einflußbereiche.

in: The IGU Symposium in Urban Geography, Lund, S.201-206.

BRUCKER, PH. (1985): Im Schloßpark tanzt die Euro-Maus.

in: Bad. Zeitung v. 25.09.85, Freiburg

BRUSH, J.E. (1953): The Hierarchy of Central Places in South Western Wisconsin.

in: Geogr. Review, S.380-402.

CAROL, H. (1952): Das agrargeographische Betrachtungssystem.

in: Geogr. Helvetica, S.17-67.

CHRISTALLER, W. (1933): Die zentralen Orte in Süddeutschland.

Eine ökonomisch - geographische Untersuchung über die Gesetzmäßigkeit der Verbreitung und Entwicklung der Siedlungen mit städtischen Funktionen.

Jena/ Darmstadt, Nachdruck 1968

DEGE, W. (1979): Zentralörtliche Beziehungen über Staatsgrenzen, untersucht im

südlichen Oberrheingebiet. (= Bochumer Geogr.Arbeiten, H. 34)

DESCHAMPS, St.(1980): Les perspectives de développement des parcs d'attractions, pour les années 80, en France, Grande-Bretagne et RFA.

Paris, Ecole des Affaires de Paris, unveröfftl.

DIE ZEIT, Hamburg, 1984, Nr. 33

DM-TEST, Berlin, 1979, H. 2

ERDEL, W. u. M. HARTL (1983): Die räumliche Wahrnehmung und Vorstellung von Skitouristen (Wildschönau/Tirol).

in: Mitt. der Geogr. Gesellsch. München 68, S. 107-140.

- FICHTNER, U. (1980): Zur kurzfristigen Freizeitmobilität städtischer Bevölkerung am Beispiel von Freiburg i. Br. und seinen Freizeitgebieten.
Freiburg, Geowiss. Diss.
- FICHTNER, U. u. R. MICHNA (1985): Besucherstruktur im Europa-Park/Rust.
in: amusement-Industrie 59
- FICHTNER, U. u. R. MICHNA (1985): Europa-Park: 1.2 million de visiteurs.
in: Chiffres pour l'Alsace N.S. No. 5, Straßburg
- FICHTNER, U. u. R. MICHNA (1985): Kulturgeographische Aspekte privatwirtschaftlicher Freizeitgroßanlagen am Beispiel des Europa-Park in Rust/Baden.
in: Hommages à Roland Schwab. Recherches Géographiques, Straßburg
- FICHTNER, U. u. R. MICHNA (1987): Freizeitparks. Allgemeine Züge eines modernen Freizeitangebotes, vertieft am Beispiel des EUROPA-PARK in Rust/Baden. Freiburg i. Br.
- FRIEDRICH, J. (1979): Methoden empirischer Sozialforschung.
(= rororo Studium, Bd. 28) Reinbek
- GEISS, H. (1976): Gesetzmäßigkeiten des Verkehrsaufkommens in Sonderfällen.
in: Forschung Straßenbau und Straßenverkehrstechnik, 217, S. 49-121.
- GUSTAFSSON, K. (1973): Grundlagen der Zentralitätsbestimmung dargestellt am Beispiel der Region Westküste Schleswig-Holstein.
(Abhdlg. d. Akademie f. Raumforschung u. Landesplanung, 66) Hannover
- HAGGETT, P. (1983): Geographie. Eine moderne Synthese. (= UTB Große Reihe)
New York/Berlin
- HAHN, H. (1980): Raumwirksamkeit freizeitorientierter Infrastruktur - das Beispiel der Hallenbäder im östlichen Oberfranken. (= Arbeitsmaterialien z. R. O. u. R. P., H. 6, Bayreuth
- HARD, G. (1981): Problemwahrnehmung in der Stadt. Studien zum Thema Umweltwahrnehmung. Osnabrück
- HAUSBERG, E. (1982): Der Kreis Groß-Gerau in seiner Eignung für die Freiraumerholung: Ansätze zur Ermittlung geeigneter Flächen.
(= Rhein - Mainische Forschungen Bd. 96) Frankfurt
- HEINRITZ, G. (1976): Wildparke und Märchenwälder. Zur Ausbreitung und Differenzierung neuer Freizeitparks in Bayern.
in: Natur und Landschaft 51, H. 1, S. 15-19.
- HEINRITZ, G. (1977): Einzugsgebiete und zentralörtliche Bereiche Methodische Probleme der empirischen Zentralitätsforschung.
in: Münchner Geogr. Hefte 39, S.9-43.
- HEINRITZ, G. (1979): Zentralität und zentrale Orte.
(= Teubner Studienbücher Geographie) Stuttgart

- HEINRITZ, G. u. H. POPP (1978): Reichweiten von Freizeiteinrichtungen und aktionsräumliche Aspekte des Besucherverhaltens.
in: Mitt. der Geogr. Gesellsch. München 63, S. 79-115.
- HERKNER, W. (1981): Einführung in die Sozialpsychologie. Bern, 2. Aufl.
- INSEE (1979) (Hrsg.): Etude du mode de vie en Alsace.
(= Documents pour l'Alsace) Straßburg
- INSEE (1982) (Hrsg.): Recensement général de la population 1980. Straßburg
INSTITUT für FREMDENVERKEHR u. FREIZEITFORSCHUNG (1980):
Besucherquerschnitt 1980 und 1982.
Würzburg, unveröfflt. interne Mitteilungen
- ITTERMANN, R. (1975): Die Versorgungsbereichsgrenze. Wirklichkeitsfremdes Konstrukt oder Darstellung realer Sachverhalte.
in: Erdkunde 29, S.189-194.
- KERSTIENS-KÖBERLE, E. (1975): Raummuster und Reichweiten der Freizeit-orientierten Infrastruktur. Ein Beitrag zur Geographie des Freizeitverhaltens.
in: Geogr. Rundschau 27, H. 1, S.18-30.
- KERSTIENS-KÖBERLE, E. (1979): Freizeitverhalten im Wohnumfeld.
Innerstädtische Fallstudien, Beispiel München.
(= Münchner Studien zur Sozial- u. Wirtschaftsgeographie, 19)
Kallmünz/Regensburg
- KLINGBEIL, D. (1977): Aktionsräumliche Analyse und Zentralitätsforschung.
Überlegungen zur konzeptuellen Erweiterung der zentralörtlichen Theorie.
in: Münchner Geogr. Hefte 39, S.45-74.
- KLÖPPER, R. (1972): Zur quantitativen Erfassung räumlicher Phänomene der Kurzerholung (Naherholungsverkehr). (= Göttinger Geogr. Abhdlg., 60)
- MAIER, J. u. R. PAESLER u. K. RUPPERT u. F. SCHAFFER (1977):
Sozialgeographie. (= Das Geographische Seminar) Braunschweig
Einzugsbereiche und Besucherstrukturen.
in: Mitt. der Fränk. Geogr. Gesellsch. 22, S. 513-526.
- MAIER, J.(1977): Natur- und kulturgeographische Raumpotentiale und ihre Bewertung für Freizeitaktivitäten.
in: Geogr. Rundschau 29, H.6, S.186-194.
- MESCHEDÉ, W. (1971): Grenzen, Größenordnung und Intensitätsgefälle kommerziell-zentraler Einzugsgebiete. in: Erdkunde 25, S.264-278.
- MESPLIER, A. (1984): Le tourisme en France. Etude régionale. Montreuil

MINISTERIUM für ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT u. UMWELT
BADEN-WÜRTTEMBERG (Hrsg.) (1977):

Freiräume in Stadtlandschaften. Entscheidungsgrundlagen und Hinweise für
Träger öffentlicher Belange zur Beurteilung von Freiräumen in Verdichtungsräu-
men, Randzonen, Verdichtungsbereichen. Stuttgart

OLSSON, G. (1970): Zentralörtliche Systeme, räumliche Interaktionen und stocha-
stische Prozesse.

in: BARTELS, D. (Hrsg.): Wirtschafts- und Sozialgeographie. Köln, S.141-171.
(= Neue Wiss. Bibliothek, 35 Wirtschaftswissenschaften)

RATERS, E. (1976): Die Entwicklung des raumbezogenen Versorgungsverhaltens
und des zentralörtlichen Versorgungsgefüges unter besonderer Berücksichtigung
von Veränderungen des Einkommens und des Raumwiderstandes.

Freiburg, Diss.

(= Schriften zu Regional- und Verkehrsproblemen in Industrie- und Entwick-
lungsländern, Bd. 19) Berlin

RUPPERT, K. (1973): Spezielle Formen freizeitorientierter Infrastruktur. Versuch
einer Begriffsbestimmung. in: Informationen z. R. u. R. 23, S. 129-133.

RUPPERT, K. (1975): Zur Stellung und Gliederung einer Allgemeinen Geographie
des Freizeitverhaltens. in: Geogr. Rundschau 27, H. 1, S. 1-6.

RUPPERT, K. (1980): Grundtendenzen freizeitorientierter
Raumstruktur. in: Geogr. Rundschau 32, H.4, S.178-187.

RUPPERT, K., P. GRÄF u. P. LINTNER (1983):

Persistenz und Wandel im Naherholungsverhalten.

Aktuelle Entwicklungen im Raum München.

in: Raumforschung u. Raumordnung 41, H.4, S. 147-153

SCHWARZ, G. (1966): Allgemeine Siedlungsgeographie.

(= Lehrbuch der Allgemeinen Geographie, VII) Berlin, 3. Auflg.

SCHÄTZL, L. (1978): Wirtschaftsgeographie, 1. Theorie.

(= UTB 782) Paderborn

SCHÖLLER, P. (1975): Zur Entwicklung und Problematik von Freizeiteinrichtungen
in städtischen Grün- und Freiflächen.

in: Akad. f. Raumforsch. u. Landesplang., Forsch. u. Sitzungsber.

Bd. 101, Hannover, S. 133-136.

SEDLACEK, P. (1973): Zum Problem intraurbaner Zentralorte. Dargestellt am
Beispiel der Stadt Münster.

(= Westfälische Geogr. Studien, Bd. 28) Münster

SMAILES, A.E. (1944): The Urban Hierarchy in England and Wales.

in: Geography, S. 41-51.

SPIEGEL, Hamburg

- STATISTISCHES LANDESAMT Baden Württemberg (1982) (Hrsg.):
 Statistisches Taschenbuch 1982/83, Stuttgart
- STATISTISCHES LANDESAMT Baden Württemberg (1983) (Hrsg.):
 Das Bildungswesen. (= Statistik von BW, Bd. 323) Stuttgart
- STIFTUNG WARENTEST (1984) (Hrsg.): Freizeitparks in Deutschland:
 Dorfkirmes und Wilder Westen. in: test 19, H. 7, S. 68-74.
- TAGES-ANZEIGER MAGAZIN, Zürich 1984, Nr. 41
- TEST. Hrsg. v. STIFTUNG WARENTEST, Stuttgart 1984, H.7
- TROTHA, T. von (1983): Kommunale Entwicklung und verändertes
 Freizeitverhalten. in: Raumforschung u. Raumordnung 41, S.127-131.
- VÖLKSEN, G. (1981): Freizeitparks und technische Freizeiteinrichtungen in der
 Landschaft. Die Verbreitung kommerzieller Freizeitanlagen in Niedersachsen
 und ihre Bewertung aus raumordnerisch-landschaftspflegerischer Sicht.
 in: Forschungen zur niedersächsischen Landeskunde, Bd. 119.
- WIRTH, E. (1979): Theoretische Geographie.
 Grundzüge einer theoretischen Kulturgeographie.
 Stuttgart (=Teubner Studienbücher der Geographie)

* * *

Von den tiefgreifenden Veränderungen, welche die Standortgemeinde des Europa-Park nach 1975 erfahren hat, konnte Heinrich Hansjakob noch nichts ahnen, als er im Jahr 1903 hier Station machte und in sein Tagebuch schrieb: „... so möchte ich doch nicht Pfarrer in Rust sein, obwohl die Ruster kreuzbrave Leute sein sollen. Mir wäre es in dieser Ebene nicht zu einsam, wohl aber zu öde und zu melancholisch in der Natur, auch zur Sommerszeit.“

Besucherbefragung in Rust

keine
 Angabe
 in %
 von 1424

Guten Tag. Wir kommen von der Universität Freiburg und wollen eine wissenschaftliche Untersuchung über den Freizeitpark Rust durchführen. Dazu möchten wir Ihre persönliche Meinung erfahren. (Selbstverständlich bleiben Ihre Angaben anonym, Ihren Namen und die Anschrift brauchen wir nicht.)
 (... keine Zeit; darf ich Sie dann bis zum Auto begleiten?)

---- von 1896 Angesprochenen verweigerten 472 jegliche Antwort (25%) ----

1. Wie gefällt Ihnen der Freizeitpark Rust?

---- Vertrauensgrenzen bei 1424 Befragten \pm 3% mit S=95% ----

---- Die folgenden Prozentzahlen beziehen sich auf die Antworten ----
 Ihr Gesamteindruck ist also

sehr gut gut mittelmäßig schlecht sehr schlecht
 52 % 43 % 5 % 0. % 0. % k.A. 0

2. Gibt es etwas, das Ihnen während Ihres Besuches mißfallen hat?

Nichts (59%) Wartezeiten (16%) Gedränge (12%) k.A. 6

3. Sind Sie zum ersten Mal hier?

wenn ja Frage 6 56% nein 44% (Mittel)

4. Wie oft waren Sie insgesamt schon da? ..3,8. Mal k.A. 1

5. Wie oft im letzten Jahr? ..1,8. Mal k.A.

→ 6. Haben Sie schon einmal einen Besuch verschoben, weil das Wetter ungünstig war?

9% ja nein 91% k.A. 1

7. Waren Sie schon in anderen Vergnügungsparks dieser Art?

wenn nein Frage 9 56% ja 44% (nicht nennen) k.A. 1%

8. In welchen Vergnügungsparks?
 Holiday Park Haßloch 17%
 Phantasialand 3%
 andere BRD 7%, F. 3%, Belgien 2%, Übersee 4%... k.A. 0

→ 9. Woher haben Sie erfahren, daß es den Europapark gibt?
 (Mehrfachnennungen möglich)

60% Bekannte Radio 12% Fernsehen 12%
 13% Werbeprospekte Plakate 8% Hinweisschilder 3%
 21% Presse . . . Reiseveranstalter 2% . . . sonstiges 4 % . . . k.A. 0

10. Wann haben Sie sich zu diesem Besuch entschlossen?

12% heute morgen gestern 20%
 34% im Laufe der letzten acht Tage vorher 34% k.A. 0

11. Wie sind Sie hierhergekommen? 0% sonstige 1%
 84% PKW 15% Bus kombiniert Bahn/Bus Motorrad

(arithmetisches Mittel)

12. Wie lange waren Sie unterwegs? 1... Stunden ..30. Minuten k.A.1%

13. Von welchem Ort aus sind Sie heute morgen losgefahren?
F..... CH..... D..... k.A.1%
Koordinaten-Werte: mittlere Entfernung 87,16 km

14. Wohnen Sie ständig dort? ja 78% Postleitzahl?
nein 22% Sind Sie als Urlauber dort? ja 16%
Welche Postleitzahl hat Ihr Wohnort?
D .55% CH .22% F .21% NL .1% andere 1% k.A.0%

15. Was trifft für Ihr Wohnviertel eher zu:
Ist es: großstädtisch 13% mittelstädtisch 25%
kleinstädtisch 21% ländlich 41% k.A. 0%

16. Ist Rust heute Ihr einziges Ziel?
ja 90% Frage 18 nein 10% k.A. 0

17. Wo waren Sie noch oder wohin wollen Sie außerdem?
innerhalb der Region 7%, außerhalb 1% (Ort)
Fahrt zum Ferienort 0%, vom Ferienort nach hause 0%

18. Sind Sie allein hier?

Wenn ja 1% Frage 23 nein 99%

19. Sind Sie mit der Familie da? 67%
20. Sind Sie mit Bekannten hier 24%
21. Oder sind Sie mit einer Reisegruppe gekommen? 13%
} Mehrfach-
} nennungen
} möglich

Table with 4 columns: Familie, Bekannte, Reisegruppe, and a total row for 'Mittelwert'.

22. Was für eine Gruppe ist das? Kirche o. Verein 4%, Schule 3%
Reisegruppe eines Unternehm. 2%

23. Welcher Altersgruppe gehören Sie an? (Kinder unter 16 J. 32%)

16 - 25 15% 26 - 35 21% 36 - 45 19%
46 - 55 7% 56 - 65 3% über 65 3% k.A. 0

24. Welchen Schulabschluß haben Sie?

Hauptschulabschluß 47% Mittlere Reife 32%
Abitur 12% Fachhochschule 5%
Hochschule 4% Sonstige 1% k.A. 2

25. Wie häufig unternehmen Sie Tagesausflüge?

jede Woche einmal 11% einmal pro Monat 17%
mehrmals im Monat 24% einmal im Vierteljahr 19%
seltener 28% k.A. 1%

26. Sind Sie:

- 17% Arbeiter
31% Angestellter 3% höherer Angestellter
9% Beamter 2% höherer Beamter
8% Selbständiger
3% Schüler/Student 2% Auszubildender
5% Rentner/Pensionär 17% Hausfrau/Hausmann
1% arbeitslos
k.A. 1

27. Welche Einrichtung hat Ihnen am besten gefallen?

(Nur eine Angabe) Wildwasserbahn, alles gleich, Spukschloß
(51%) (11%) (7%) k.A. 2

28. Welche Einrichtung würden Sie das nächste Mal nicht mehr benutzen?

keine, alle wieder, Spukschloß, Aussichtsturm
(76%) (3%) (3%) k.A. 8

29. Was vermissen Sie? nichts (73%), Achterbahn (11%) k.A. 10

30. Um wieviel Uhr sind Sie im Europapark angekommen?

Ankunftszeit? 10:30 Uhr (Mittel) k.A. 0

31. Haben Sie in einem der Restaurants zu Mittag gegessen?

ja 44% nein 56%

32. Oder haben Sie nur etwas getrunken?

ja 46% nein 9% k.A. 1%

33. Haben Sie Souvenirs gekauft? ja 31% nein 69% k.A. 1%

34. Haben Sie eine Einrichtung benutzt, für die Sie extra bezahlen mußten?

ja 37% nein 63%

35. Wieviel Geld haben Sie in etwa zusätzlich (ohne Eintritt) im Park ausgegeben?

(Mittel pro Besuchergruppe) ... 4,- DM k.A. 3

(bei durchschnittlich 3,1 Personen ergibt sich pro Person ein fiktiver Wert von ca. 15,- DM)

Wir legen Ihnen jetzt eine Reihe von gegensätzlichen Aussagen vor. Beurteilen Sie danach den Freizeitpark. (Pro Zeile ein Kreuz)

-----Die folgenden werte sind Prozentsätze von allen Antworten --- keine Angabe in

	stärker			gleich	stärker			keine Angabe in Prozent v. 1424
	xxx	xx	x		x	xx	xxx	
sauber	50	41	5	4	1	1	-	schmutzig 4
laut	7	20	12	42	7	9	4	leise 4
unterhaltsam	43	39	6	4	1	1	1	langweilig 4
für Kinder	20	13	6	60	0	1	1	für Erwachsene 4
ruhig	2	5	4	14	9	42	24	lebhaft 4
europäisch	14	27	12	23	9	10	6	amerikanisch 4
preiswert	17	27	11	23	5	10	7	teuer 4
künstlich	10	15	9	29	8	19	9	natürlich 4
übersichtlich	30	41	9	9	5	4	1	verwirrend 4
schön	52	35	6	5	1	1	0	häßlich 4
anstrengend	13	23	14	25	5	13	8	erholsam 4
städtisch	4	16	9	37	10	18	5	ländlich 6
überladen	21	22	11	41	3	2	0	leer 5
freundlich	38	44	10	6	1	1	1	abweisend 4
einfach	31	39	11	13	3	2	1	kompliziert 4
klein	1	4	3	27	7	31	27	groß 4

Vielen Dank für Ihre Auskünfte! Interviews in deutsch: 81%, englisch:1%,
Geschlecht: männlich 55% weiblich 45% französisch: 18%

Interviewer:..... aufgenommen am Uhrzeit:..... 17.00
errechnete Aufenthaltsdauer im Mittel: 6 1/2 Stunden (Mittel)