

**DEUTSCHER BUNDESTAG**  
17. Wahlperiode  
Ausschuss für Tourismus

Berlin, den 27.05.2011

Tel.: (030) 227- 35 887  
(Sekretariat)  
Tel.: (030) 227-30305  
(Sitzungssaal)  
Fax: (030) 227- 36 383  
(Sekretariat)  
Fax: (030) 227-36350  
(Sitzungssaal)

## Mitteilung

**Achtung!**  
**Abweichende Sitzungszeit!**

Die 33. Sitzung des Ausschusses für Tourismus findet statt am:

**Mittwoch, dem 08.06.2011, 14:00 Uhr**  
**Sitzungssaal: 4.600**  
**Sitzungsort: Paul-Löbe-Haus**  
**(Zutritt über Konrad-Adenauer-Str. 1, Eingang West)**

## Tagesordnung

**Öffentliche Anhörung von Sachverständigen zum Thema**

**"Freizeitparks"**

*Klaus Brähmig, MdB*  
*Vorsitzender*

**Interessierte Zuhörer werden gebeten, sich unter Nennung von Namen und Geburtsdatum im Ausschussesekretariat anzumelden – [tourismusausschuss@bundestag.de](mailto:tourismusausschuss@bundestag.de)**

**Sachverständigenliste**

für die öffentliche Anhörung „**Freizeitparks**“

am Mittwoch, dem 08. Juni 2011, 14.00 – 16.00 Uhr

Paul-Löbe-Haus, Saal 4.600

**Michael Kreft von Byern**

Beauftragter der Geschäftsführung des Europa Parks

**Prof. Dr. Ulf Hahne**

Universität Kassel

**Christoph Andreas Leicht**

Präsident der IHK Schleswig-Holstein

**Dr. Rüdiger Leidner**

Vorsitzender der Nationalen Koordinationsstelle Tourismus für Alle e.V. (NatKo)

**Dr. Petra Löwenthal**

Inhaberin Allgäu Skyline Park Bad Wörishofen

**Klaus Michael Machens**

Präsident Verband Deutscher Freizeitparks und Freizeitunternehmen (VDFU)

## **Fragenkatalog für die öffentliche Anhörung im Ausschuss für Tourismus am 08. Juni 2011 im Deutschen Bundestag**

### **Thema der Anhörung: Freizeitparks**

#### Grundsätzliches

- Wann spricht man von einem Freizeitpark?
- Wie sind Freizeitparks ggf. zu untergliedern (z.B. Themenpark etc.) ?

#### I. Touristischer Effekt für Destinationen

1. Welchen Stellenwert nehmen die Freizeitparks für die Marketingaktivitäten einer Destination ein?
2. Wie sind Freizeitparks in die touristische Vermarktung einer Region eingebunden?
3. Werden bei über Tagesurlaub hinaus dauernden Urlaubsaktivitäten zusätzliche Zielgruppen angesprochen, die auf Grund eines Freizeitparks eine Reiseentscheidung für eine entsprechende Destination treffen?
4. Erhöhen sich durch Freizeitparks die Ausgaben von Urlaubern in einer Region?
5. Welche Marktuntersuchungen finden gegenwärtig statt oder liegen vor, welche wären sinnvoll?
6. Entstehen durch Freizeitparks weitere touristische Angebote in der Destination?
7. Welche Besucherstruktur weisen die Freizeitparks auf?
8. Werden Freizeitparks ausschließlich als Reiseziele für Familien vermarktet oder werden auch andere Zielgruppen, wie z.B. Jugendliche oder Senioren angesprochen?
9. Wie sind die deutschen Freizeitparks und Freizeitunternehmen in die Vermarktung des Tourismusstandortes Deutschland durch die DZT eingebunden?
10. Mit welchen konkreten Maßnahmen und Aktionen der DZT erfolgt die Vermarktung?
11. Inwieweit setzen Freizeitparks auch auf die Durchführung von Tagungen und Kongressen, z.B. im Zusammenhang mit dem zunehmenden Engagement in eigene Themenhotels mit exklusivem Parkzugang?

#### II. Regionalwirtschaftlicher Effekt für den ländlichen Raum

1. Sind neue Großprojekte eine Chance für den ländlichen Raum oder ein Millionengrab für Subventionen?
2. Welche Rolle spielen Freizeitparks für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung einer Region?
3. Welchen Beschäftigungseffekt bringen Freizeitparks für den ländlichen Raum, insbesondere im Hinblick auf Arbeitsplätze (Dauer, Teilzeit, Saison, Minijob) und deren Bezahlung sowie Ausbildungsplätze (Anzahl und in welchen Bereichen)?
4. Welches sind die pekuniären regionalökonomischen Effekte? Wie sieht eine typische Wertschöpfungskette aus?
5. Welche förder- und fiskalpolitischen Instrumente sind geeignet, bzw. ist es notwendig Freizeitparks zu fördern?
6. Wie sähe eine geeignete Evaluierung von Förderpraxis aus?
7. Gibt es eine Konkurrenzbeziehung zwischen Gartenschauen und Freizeitparks?

### III. Infrastruktur und Anbindung

1. Was wird getan, um die Erreichbarkeit für die wichtige Zielgruppe der Jugendlichen zwischen 14 und 17 Jahre zu erfüllen?
2. Welche Möglichkeiten gibt es, die Anreise mit der Bahn sowie die Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr zu verbessern?
3. Wird man dem Thema barrierefreie Anreise und barrierefreie „Begehbarkeit“ gerecht?
4. Wird sich auch auf neue potenzielle Zielgruppen, wie z.B. Senioren, mit zunehmendem Angebot und Barrierefreiheit eingestellt?
5. Sind Freizeitparks barrierefrei? Wenn nicht, welche konkreten Maßnahmen sind diesbezüglich geplant? Wie begleitet die Bundesregierung die Einrichtung barrierefreier Freizeitparks?

### IV. Pädagogischer Effekt für eine nachhaltige Bildung

1. Welche Rahmenbedingungen sind nötig zur Nutzung der Möglichkeiten von Freizeitparks, mit Spiel und Spaß auch pädagogische Zwecke zu erfüllen?
2. Welche Anreize kommen dafür in Betracht?
3. Spielt so ein pädagogischer Zweck beim Führen eines solchen Unternehmens überhaupt eine Rolle?
4. Gibt es Bildungsangebote und in welchem Umfang?
5. Gibt es spezielle Bildungsangebote für Schulen, wenn ja, werden sie genutzt, wenn nein, warum nicht?
7. Welche Rolle spielen Schulklassen als Besucher? Wie könnte deren Anteil gesteigert werden?