

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?**

Die Fachwissenschaft unterscheidet zunächst zwischen längerfristigem Tourismus, der einen Urlaub beinhaltet, und kurzfristigem Tourismus, der täglich oder am Wochenende stattfindet.

Das Kerngeschäft der Freizeitparks besteht in der Erfüllung moderner Freizeitbedürfnisse und Ansprüche ausgewählter Zielgruppen im **kurzfristigen** Tourismus.

Ein Freizeitpark ist folglich eine stationäre Einrichtung, die als kommerzielles Unternehmen mit dem Ziel betrieben wird, für ihre Kunden einen Ort zu schaffen, an dem diese gerne verweilen und ihre kurzfristige Freizeit verbringen.

Für das Betreten des abgegrenzten Freizeitparkgeländes bezahlen die Besucher einen Eintrittspreis, mit dem die Nutzung der meisten Attraktionen des Freizeitparks pauschal abgegolten wird.

Der periphere Standort im Umland und die Art des Angebotes unterscheiden den Freizeitparks meist eindeutig von anderen Zielen, die ebenfalls in der Freizeit aufgesucht werden. Wanderzirkus und Volksfest bilden Beispiele für temporäre Angebote, die einen hochzentralen Standort aufweisen müssen, um wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Sie wechseln den Ort, erfordern keine so aufwendigen Bauten und sprechen ein anderes Publikum an.

Bei Gartenschauen und Freilichtspielen sind die Veranstalter oft Städte und Gemeinden oder extra zu diesem Zweck geschaffene kommunale Betriebe. Ihre Durchführung liegt im öffentlichen Interesse, was sie von den privatwirtschaftlichen Freizeitparks unterscheidet.

Ein weiterer Ansatz zur Definition des Begriffs „Freizeitpark“ findet sich in der Beschreibung des Branchenverbandes VDFU.

- **Wie sind Freizeitparks ggf. zu untergliedern (z.B. Themenpark etc.)?**

In Deutschland lassen sich mindestens 7 verschiedene Arten von Freizeitparks unterscheiden:

1.

Auf die Anziehungskraft von Attraktionen einer besondere Fauna setzen Wildparks, aber auch Großwildparks, Affenberge, Vogelparks u.ä. a. Parks mit Schmetterlingen gehören ebenfalls zu dieser Kategorie wie Dinosaurier-Welten.

2.

Die Attraktivität einer besonderen Flora wird von Blumeninseln und Rosenparks in den Vordergrund gestellt. Die Blüte von Tulpen, Narzissen und Chrysanthemen ist in der Lage, viele Besucher zu Festveranstaltungen anzuziehen.

3.

Bei Wasserparks beruht die Attraktivität aus tropischer Fauna und Flora in Verbindung mit dem generell zum Spiel auffordernden Element Wasser.

4.

Auf die Anziehungskraft von technischen Attraktionen mit Erlebnisfahrten für die großen Familienmitglieder und Spielplätzen für die kleinen setzt der **Freizeit- und Familienpark**. Sein

Vorläufer mit Attraktionen und Showdarbietungen für Erwachsene war der klassische Vergnügungspark. In seiner Weiterentwicklung ist es der Themenpark, der sein Angebot unter eines oder mehrere Leitthemen stellt. In kleinerer Ausführung und mit einem Standort näher an den Zentren gelegen erscheint er im Stadtbild auch als „Family Center“.

5.

In allen Freizeitparks sind Elemente von Shows anzutreffen, die vom Volksfest oder als Varieté vom Theater übernommen wurden. Wenn diese attraktiv und tragfähig genug sind, um ein Alleinstellungsmerkmal zu definieren, können Freizeitparks die Gestalt einer Westwildcity annehmen. In Deutschland fußt der Stoff auf den Erzählungen von Karl May, woran zu sehen ist, dass Dichtung und Wahrheit sich für Freizeitparks als Thematik eignen. Zu dieser Kategorie zählen neben den Märchenparks, mittelalterliches Burgleben mit vielen Stunt-Aktionen und die Störtebeker Festspiele, die man alle unter der Kategorie „Showparks“ subsumieren kann.

6.

Die Anziehungskraft des Filmparks beruht auf den Filmkulissen und von Jung und Alt rezipierten Filmen mit berühmten Schauspielern und Figuren. Ihr Besuch war ursprünglich nur im Rahmen von Führungen möglich und für Kinder eher langweilig. Als Outdoor-Anlagen lassen sich ehemalige Industrielandschaften mit spektakulären Bauwerken und Kränen (Braunkohletagebau) hier einordnen.

7.

Eine weitere Kategorie bilden die Brandparks der Hersteller von Markenprodukten, die auch zur Kundenkommunikation und einer Imagepflege dienen. Hierzu gehören Spielwaren wie im Falle von Lego, Ravensburger u.a., die Parks der Disneykette, aber auch die Parks von Automobilherstellern wie bei der Autostadt Wolfsburg.

Alle Freizeitparks sind gezwungen, regelmäßig neue Attraktionen zu schaffen, um ihr Publikum zu wiederholten Besuchen zu veranlassen. Die Kombination verschiedenartiger Attraktionen, Inszenierung und Thematisierung lassen unverwechselbare und einmalige Orte entstehen, die in spezifischer Weise auf die Bedürfnisse und Wünsche des Publikums ausgerichtet sind. Eine solch hohe Nachfrageorientierung wird den Freizeitparks nachhaltigen wirtschaftlichen Bestand als Themenparks sichern.

Wenn Hotels und andere Übernachtungsmöglichkeiten geschaffen werden, erfolgt eine Diversifizierung des ursprünglichen Angebotes durch erlebnisorientiertes Freizeitwohnen.

Die Bevölkerung Deutschlands kann somit je nach individuellen Wünschen und Präferenzen aus einer Fülle konkurrierender Freizeitaktivitäten und touristischer Ziele auswählen. Folglich besteht auf dem touristischen Markt ein starker Wettbewerb um jeden Kunden.

Die Anzahl der Eintritte in einen Freizeitpark, das Besuchsvolumen, steigt umso mehr an, je stärker seine Anziehungskraft auf das Publikum und je dichter bevölkert sein Einzugsbereich ist.

Die Anziehungskraft eines Freizeitparks hängt von der Einmaligkeit seiner Attraktionen und der Art und Weise, wie diese präsentiert werden ab. Gelingt es dem Freizeitpark einen positiven Eindruck beim Publikum zu hinterlassen und ihm Erlebnisse zu verschaffen, steigt die Wahrscheinlichkeit, sich später wieder zu erinnern und den Besuch zu wiederholen.

Die Attraktionen von Freizeitparks können natürlichen Ursprungs oder künstlich von Menschen geschaffen sein. In beiden Fällen lässt sich hohe Anziehungskraft bei einem breiten Publikum erzeugen, die von ihrer Einzigartigkeit und Singularität abhängt. Aber nicht jedes exotische Vorkommen und nicht jede Absurdität findet eine genügend große Anzahl an Interessenten.

I. Touristischer Effekt für Destinationen

1.

Welchen Stellenwert nehmen die Freizeitparks für die Marketingaktivitäten einer Destination ein?

Manche Freizeitparks weisen in ihrem Namen bereits Bezüge zu den Destinationen auf, so z.B. „Fränkisches Wunderland“ oder „Heidepark.

Andere demonstrieren durch ihr einzigartiges Themenkonzept ihre regionale Authentizität wie zum Beispiel „HANSA-PARK.“

Insgesamt spielen die großen Freizeitparks mit ihrer klaren Zielgruppenansprache eine bedeutende Rolle für die Marketingaktivitäten einer Destination.

2.

Wie sind Freizeitparks in die touristische Vermarktung einer Region eingebunden?

Wir verweisen insoweit auf die aktuelle Untersuchung des VDFU zu dieser Frage.

3.

Werden bei über Tagesurlaub hinaus dauernde Urlaubsaktivitäten zusätzliche Zielgruppen angesprochen, die auf Grund eines Freizeitparks eine Reiseentscheidung für eine entsprechende Destination treffen?

Wenn Touristen ihren Urlaub in einer Destination verbringen, fahren sie in der Regel bei einem sich dort befindlichen Freizeitpark vorbei, sehen Hinweisschilder oder stoßen auf Werbematerial. Wenn der Freizeitpark nicht schon aus früheren Besuchen bekannt ist, wird früher oder später, z.B. als Alternative bei ungünstiger Witterung, ein Besuch in Erwägung gezogen. Destination und Freizeitpark sind folglich aufeinander angewiesen. Ein negatives Besuchserlebnis im Freizeitpark schadet der Wahrscheinlichkeit eines Wiederholungsbesuches.

Von großen attraktiven Themenparks ist bekannt, dass sie Durchreisende zu einem Verlassen der Autobahn bewegen können. Auch bei der An- und Abreise in den Urlaub wird gelegentlich ein Tag verlängert, um einen großen Themenpark zu besuchen.

Im übrigen verweisen wir auf die Stellungnahme des VDFU zu dieser Frage.

4.

Erhöhen sich durch Freizeitparks die Ausgaben von Urlaubern in einer Region ?

In einer touristischen Destination zählen Freizeitparks zu den großen Anziehungspunkten. Da der Gast seinen Tagesausflug oder seinen Urlaub ganzheitlich betrachtet, unterscheidet er in der Gesamtbewertung seiner Freizeitaktivitäten nicht genau zwischen den einzelnen Anbietern. Vielmehr gilt ähnlich wie beim Wintersport, dass eine Destination umso attraktiver erscheint, je größer und vielfältiger das Angebot ist. Die Aussage ist demnach nach empirischer Erfahrung eindeutig mit „ja“ zu beantworten.

5.

Welche Marktuntersuchungen finden gegenwärtig statt oder liegen vor, welche wären sinnvoll?

In zwei Großparks findet regelmäßig ein repräsentatives Besuchermonitoring statt, das gesicherte

Ergebnisse zum Wandel der Besucherstruktur, wie z.B. dem Anteil der Erstbesucher und der Wiederholer, sowie zur Perzeption und den Wünsche des Publikums liefert.

Zur Zeit wird in vielen anderen Freizeitparks ein sogenanntes Qualitätsmanagement durchgeführt, das aus der Betriebswirtschaft stammt. In diesem Zusammenhang werden sogenannte Marktuntersuchungen unter Einsatz elektronischer Medien wie z.B. das Internet und seine Foren oder mit Hilfe von PDAs bzw. automatischen Befragungsstationen durchgeführt.

Da diese Quellen mehr Daten als je zuvor liefern, könnte der falsche Eindruck entstehen, weitere Marktuntersuchungen seien überflüssig. Tatsächlich führt aber die willkürliche Auswahl der Probanden zu stark verzerrten Ergebnissen von Fangruppen, was für Grundsatzentscheidungen höchst gefährlich sein können.

Dagegen fehlen seriöse, belastbare Marktuntersuchungen über die gesamte Branche zum Einzugsgebiet, dem Grad der Ausschöpfung und dem Wandel im Freizeitverhalten.

Weitere wichtige Themenstellungen wären

- Aktivierung von latenten Potentialen des Städtetourismus für Freizeitparks
- Entwicklung von Eventtourismus und Freizeitparks
- Die Zukunft von Freizeitparks unter der demographischen Entwicklung
- Der Bedarf an Ersatzinvestitionen
- Die Hierarchisierung von Freizeitparks als zentrale Orte im deutschen Tourismus.
- Potentiale einer Clusterbildung von Freizeitparks und Destinationen

6.

Entstehen durch Freizeitparks weitere touristische Angebote in der Destination?

Diese Frage lässt sich eindeutig mit „ja“ beantworten. Zu den bis heute bevorzugten geographischen Standorten von Freizeitparks gehören die Küstenzonen, an denen sich der klassische längerfristige Seebädertourismus entwickelt hat. Die Anzahl der einheimischen Wohnbevölkerung wird an solchen Standorten durch Touristen vermehrt. Auf dieses vergrößerte Potential an Besuchern zielen viele Freizeitparks, die in Deutschland, in Europa und weltweit entlang der Küsten angesiedelt sind. Auch unter den Besuchern des HANSA-PARK dominierten einmal bei seiner Eröffnung Touristen. Freizeitparks können, wenn sie groß genug und attraktiv sind, Touristen dazu bewegen, einen Urlaub um einen Tag zu verlängern. Bei Mega-Freizeitparks wie der Disney-Kette können sie für Fans zum Hauptanlass werden, eine Flugreise auf sich zu nehmen. In Destinationen, die dem ausländischen Publikum sehr fremd sind, bilden sie vertraute Strukturen. In Destinationen, deren Angebot überwiegend erholungs- und naturbezogen ist, ziehen sie Gästegruppen an, die erlebnisorientiert sind. Mega-Freizeitparks sind in der Lage, das Image von Destinationen zu verändern.

7.

Welche Besucherstruktur weisen Freizeitparks auf?

In Freizeitpark wird äußerst selten allein aufgesucht, sondern fast immer gemeinsam mit anderen Personen, da bei dieser Aktivität das Erlebnis nur in der Gruppen Spaß macht und geteilt werden kann.

Laut Studie der BAT-Stiftung für Zukunftsfragen (2010) besucht etwa jeder dritte Deutsche wenigstens einmal pro Jahr einen Freizeitpark.

Aus der Aufteilung auf Merkmalsgruppen nach Lebensalter sowie Lebensphase wird deutlich, dass Jugendliche und Familien mit Kindern die höchste Besuchsfrequenz aufweisen.

Merkmalsgruppe nach Alter bzw. Lebensphase	Anteil mit einer Besuchsfrequenz von wenigstens einmal jährlich
Jugendliche 14-17	59 %

Junge Erwachsene 18-24 Jahre	42 %
Singles 25-49 Jahre	27 %
Paare 25-49 Jahre ohne Kinder	30 %
Paare 25-49 Jahre mit Kindern unter 14 Jahren	53 %
Paare 25-49 Jahre mit Kindern über 14 Jahren	28 %
Jungsenioren 50 – 64 Jahre	18 %
Ruheständler	10 %

Kompakt:

Unter 14 Jahren	8 %
14-34 Jahre	45 %
35-54 Jahre	35 %
55 Jahre und älter	12 %
Summe	100,00%

Bedingt durch die Ausrichtung der Freizeitparks auf die Zielgruppe der Jugendlichen und das Kernpublikum der jungen Familien erweist sich die Besucherstruktur als verhältnismäßig stabil und nur durch eine andere Art des Angebotes und über einen längeren Zeitraum zu verändern.

8.

Werden Freizeitparks ausschließlich als Reiseziele für Familien vermarktet oder werden auch andere Zielgruppen, wie z.B. Jugendliche oder Senioren angesprochen?

Zu den Kernzielgruppen Jugendliche sowie Familie mit Kindern verweisen wir auf die Stellungnahme des VDFU.

Je größer ein Freizeitpark, je vielfältiger sein Erlebnisangebot und je stärker seine Diversifizierung im Angebot mit Freizeitwohnen und Tagungen, um so eher hat er sich als Reiseziel auch für andere Zielgruppen vermarktet.

9.

Wie sind die deutschen Freizeitparks und Freizeitunternehmen in die Vermarktung des Tourismusstandortes Deutschland durch die DZT eingebunden?

Die deutschen Freizeitparks konnten in den letzten Jahren meist nicht gleichermaßen von der Entwicklung im deutschen Incoming-Tourismus profitieren wie der Städtetourismus. Es lässt sich feststellen, dass von wenigen großen abgesehen, vor allem kleinere Freizeitparks in dieser Hinsicht zurückbleiben. Dies dürfte zwar mehrere Gründe, darunter auch hausgemachte haben. Ohne Zweifel liegen hier noch Potentiale brach, da beim ausländischen Publikum weder subjektive Vorbehalte gegenüber einem Freizeitparkbesuch noch ein negatives Image besteht. Eine stärkere Unterstützung in der Kommunikation auf Messen und durch gezielte Marketingaktionen im Ausland wäre zu wünschen.

10.

Mit welchen konkreten Maßnahmen und Aktionen der DZT erfolgt die Vermarktung?

Die DZT hat eine wichtige Funktion als Knotenpunkt mit ihrer Internetseite

<http://www.germany.travel/de/kartenansicht.html?points=&themes=&back=http%3A%2F%2Fwww.germany.travel%2Fde%2Findex.html>

Auf der Thematischen Karte der DZT zu Freizeitparks in Deutschland wird nur ein Teil abgebildet. Es fehlen z.B. folgende Einrichtungen (ohne Vollständigkeit):

- SonnenlandPark bei Chemnitz-Lichtenau
- Fränkisches Wunderland

Vor allem die Zusammenarbeit mit kleineren Freizeitparks sollte gesucht werden und ein Ansprechpartner zur Verfügung stehen.

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?

Alle großen Themenparks bieten Firmen die Möglichkeit an, Kongresse oder Tagungen durchzuführen. Dieses Angebot wird aber in sehr unterschiedlicher Intensität und Häufigkeit von den Firmen in Anspruch genommen. Es ist nur verständlich, dass Freizeitparks mit Großattraktionen dabei deutlich besser abschneiden als kleinere mit einer geringeren Anzahl an Spitzenattraktionen.

II. Regionalwirtschaftlicher Effekt für den ländlichen Raum

1.

Sind neue Großprojekte eine Chance für den ländlichen Raum oder ein Millionengrab für Subventionen?

Die Ausführungen des VDFU zu der Frage von Subventionen werden von uns vollinhaltlich unterstützt. Subventionen sind auch in unserer Branche generell abzulehnen. Alle bisherigen Subventionen in Freizeitparks haben keine Erfolge gebracht (zum Beispiel Space Park, Nürburgring).

Ergänzend weisen wir darauf hin, daß es zwischen den in Deutschland bestehenden großen Freizeitparks unter Gesichtspunkten der Raumordnung kaum noch eine Lücke gibt mit einem Standort, an dem genügend junge Menschen leben, um ein ausreichendes Besuchspotential für ein Großprojekt zu bilden. Im Vergleich zu anderen Ländern weist Deutschland eine hohe Dichte an Freizeitparks auf, so dass teilweise das wirtschaftliche Existenzminimum erreicht wurde und ein Prozess der Auslese und der Konzentration auf wenige Großunternehmen in den letzten Jahrzehnten eintrat.

Eine Chance für den ländlichen Raum liegt eher in der Bestandserhaltung und der Notwendigkeit, viele alte touristische Infrastruktur zu renovieren. So wie die Seebäder an der Ostsee wieder neu in Wert gesetzt wurden, sollte man in einem Investitionsprogramm für den ländlichen Raum den Renovierungsbedarf von touristischer Infrastruktur erleichtern. Dieser besteht auch bei Freizeitimmobilien. Statt vorhandene Strukturen wie die Freizeitparks zu nutzen und zu fördern, wird in Deutschland viel Geld für neue touristische Wassersportanlagen wie die Errichtung von Sporthäfen und Marinas ausgegeben, ohne durch Monitoringverfahren zu überprüfen, ob solche teils utopischen Ansätze nicht an der lokalen Realität scheitern und keine Nachfrage finden. Wenn dann zeichnet sich hier ein Millionengrab für Subventionen ab.

2.

Welche Rolle spielen Freizeitparks für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung einer Region?

Der Freizeitpark vergibt durch seine Investitionen Aufträge an Lieferanten. Die Aufträge stoßen im Umfeld um den Freizeitpark eine zusätzliche Produktion an. In gleicher Weise wirkt sich die

Konsumnachfrage aus den Einkommen der Beschäftigten im Freizeitpark aus. Durch die zusätzliche Produktion werden schließlich in den Gemeinden der Umgebung des Standortes erhöhte Einkommen erzielt, die ihrerseits wiederum einen vermehrten Konsum der Individual-Haushalte ermöglichen und in erweiterter Produktion münden. Dieser rückgekoppelte Regelkreis wird als Multiplikatorprozess bezeichnet und hat schließlich vermehrte Wertschöpfung, Einkommen und Beschäftigung sowie Steuereinnahmen in den Kommunen zur Folge.

Der wirtschaftliche Gesamteffekt eines Freizeitparks setzt sich aus fünf Bestandteilen zusammen, nämlich

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

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) ?

Im HANSA-PARK bietet Vollzeitarbeitsplätze in den Bereichen Parkmanagement , der Technik und in der Gärtnerei, Saisonarbeitsplätze bei Aufsicht an den Attraktionen, in der Gastronomie und an Imbissständen, bei Dienstleistungen und im Einzelhandel in den Shops. Während in der Winterpause bei Ruhe des Parkbetriebes die Anzahl der Beschäftigten auf rund 100 zurückgeht, steigt sie im Sommer auf über 800 an.

Im Durchschnitt ergeben sich etwa 200 vollzeitäquivalente Arbeitsplätze.

Eine neue, kostspielige Achterbahnen als Highlights, kleinere Attraktionen für das familiäre Publikum mit Kindern, jährlich neue Inszenierung der Shows, Instandsetzungsmaßnahmen alter Infrastruktur, und der Neubau von Themenbereichen führen zu jährlichen Investitionen im HANSA-PARK in Millionenhöhe.

Im fachwissenschaftlichen Diskurs über die Auswirkungen touristischer Großprojekte hört man oft die Ansicht, es bliebe immer nur ein sehr kleiner Teil dieser Ausgaben in der Region hängen. Ganz im Gegensatz dazu arbeitet der HANSA-PARK bei der Abwicklung seiner Baumaßnahmen überwiegend mit Unternehmen der Region zusammen.

4.

Welches sind die pekuniären regionalökonomischen Effekte? Wie sieht eine typische Wertschöpfungskette aus?

In der Fachliteratur wird üblicherweise zwischen direkten, indirekten und induzierten Effekten unterschieden.

Die direkten Effekte beruhen auf den Investitionen und laufenden Betriebsausgaben sowie den Einkommen der Beschäftigten des Freizeitparks. Weitere Einkommen für die regionale Wirtschaft werden von jenen Personen generiert, die im Freizeitpark unmittelbar tätig werden, wie z.B. bei einer Zusammenarbeit mit Künstleragenturen oder mit anderen Ausstellern, beim Verkauf von Waren und Dienstleistungen durch Kooperationen mit sonstigen Firmen oder auch durch das im Freizeitpark beschäftigte Reinigungspersonal. Weiterhin gehören zu den direkten Effekten die Ausgaben der Besucher, die im Zusammenhang mit der An- und Abreise und dem Aufenthalt, für

Übernachtung, in der Gastronomie oder für Andenken und Souvenirs entstehen, jedoch ohne die Eintrittsgebühren.

Die indirekten Effekte setzen sich aus Vorleistungen und Verflechtungen des Freizeitparks mit anderen Unternehmen zusammen. Hierzu gehört insbesondere die Auftragsvergabe an Lieferanten für Waren und Dienstleistungen, bei den Attraktionen und Fahrgeschäften, in der Gastronomie, bei Planungsbüros, Werbe- und Medienagenturen u.a.m..

Zu den induzierten Effekten zählen die Einkommensverwendungen der im Freizeitpark Beschäftigten und jener Personen, die indirekt vom Unternehmen abhängig sind.

5.

Welche förder- und fiskalpolitischen Instrumente sind geeignet bzw. ist es notwendig Freizeitparks zu fördern?

Freizeitparks möchten und dürfen nicht gesondert gefördert werden.

Es besteht zur Zeit eine eindeutige umsatzsteuerliche Benachteiligung von Freizeitparks im System der Besteuerung von fast allen anderen vergleichbaren Freizeitaktivitäten in Deutschland, denn der Eintritt in Theatern, Kinos, bei Bergbahnen, Schaustellern, Spaßbädern und Kinos ist nur mit einem Umsatzsteuersatz von 7 % belegt. Dieser Umstand stellt eine erhebliche Wettbewerbsverzerrung dar. Er benachteiligt Freizeitparks in Deutschland gerade in einer Phase, in der bei vielen aufgrund der Tatsache, dass sie zum großen Teil eine 40- 50 Jahre alte freizeitrelevante Infrastruktur aufweisen und deshalb ein hoher Bedarf an Instandsetzung besteht. Veralterte Attraktionen müssen ausgetauscht und defekte ersetzt werden. Gegenüber dem Übernachtungsgewerbe und anderen Aktivitäten im Freizeitbereich wie den genannten wird Freizeitparks durch die ungleiche Behandlung die Möglichkeit zu Investitionen erschwert.

Hinzu kommt die Ungleichbehandlung innerhalb der EU. Wir verweisen in diesem Punkt Ausführungen des VDFU.

6.

Wie sähe eine geeignete Evaluierung von Förderpraxis aus?

Direkte Subventionen werden grundsätzlich abgelehnt.

7.

Gibt es eine Konkurrenzbeziehung zwischen Gartenschauen und Freizeitparks?

Die Frage ist in dieser Form zu allgemein gestellt, da dies vom konkreten Einzelfall des geographischen Standortes einer Gartenschau, der Entfernung zum Freizeitpark sowie dem Grad der Übereinstimmung von Attraktionen zwischen beiden Einrichtungen abhängt. Zwar sind die Zielgruppen nicht völlig deckungsgleich, da sich von Gartenschauen eher ältere Menschen angesprochen fühlen, von Freizeitparks dagegen Jüngere. In Fällen, wo das Angebot beider Einrichtungen jedoch weitgehend ähnlich war, berichten Freizeitparks regelmäßig von einem Rückgang an Eintritten im Jahr der Öffnung der Gartenschau. Hier ist dringend eine bessere Abstimmung im Vorfeld erforderlich. Auf keinen Fall sollten Gartenschauen über mehrere Jahren geöffnet haben. Bei manchen Gartenschauen erkennen Fachleute eindeutig, dass erfolgreiche Konzepte wie Inszenierung und Thematisierung von Freizeitparks übernommen wurden, um aufgrund der erfolgreichen Rezepte hohe Zahlen an Eintritte zu erzielen.

Die Politik sollte in einer wissenschaftlichen Studie die Benachteiligung und Wettbewerbsverzerrungen untersuchen lassen, damit profunde Vorschläge für einen Ausgleich und eine Vermeidung von nachweisbaren Ausstrahlungseffekten und Störungen der Raumordnung gemacht werden, wie das bei Neuansiedlungen von Einkaufszentren schon längst üblich ist.

III. Infrastruktur und Anbindung

1.

Was wird getan, um die Erreichbarkeit für die wichtige Zielgruppe der Jugendlichen zwischen 14 und 17 Jahre zu erfüllen?

Besondere Kombinationsangebote mit Busunternehmen, Reiseveranstaltern und der Bahn erleichtern Jugendlichen, die den HANSDA-PARK besuchen wollen, diesen sicher zu erreichen. Durch einen Bahnhof, der nur 10 Gehminuten von Parkeingang entfernt ist und eine öffentliche Bushaltestelle auf dem Parkgelände ist der HANSA-PARK nahezu optimal an den öffentlichen Nahverkehr angebunden.

2.

Welche Möglichkeiten gibt es, die Anreise mit der Bahn sowie die Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr zu verbessern?

Der HANSA-PARK ist schon lange über den nahegelegenen Bahnhof Sierksdorf bestens an das Eisenbahnnetz angebunden, was sich auch in einem signifikant höheren Anteil an Besuchern, die mit der Bahn zum Freizeitpark kommen, niederschlägt. Neben Buslinien, die im Nahverkehr die Seebäder anfahren, gibt es Fernreisebuslinien mit direkter Anbindung nach Berlin. Der bestehende hohe Nutzungsgrad lässt sich deshalb kaum noch steigern. Vielleicht könnten eine Optimierung von Netzanschlüssen und die Mitnahme von Fahrrädern dazu beitragen.

In anderen Freizeitparks ist die Distanz zu den Bahnhöfen meist größer. Da ein Freizeitparkbesuch weit überwiegend mit dem eigenen Pkw gemacht wird, fehlen in der Umgebung von großen Freizeitparks Stationen für Autoreisezüge wie jener auf die Insel Sylt. Sie könnten ein Umsteigen auf die Bahn in kleinem Umfang erleichtern.

3.

Wird man dem Thema barrierefreie Anreise und barrierefreie „Begehbarkeit“ gerecht?

Der HANSA-PARK engagiert sich seit vielen Jahren mit großem Einsatz darum, als Familien-Freizeitpark allen Menschen offen zu stehen. Darum arbeitet er konsequent daran, Attraktionen und Fahrattraktionen auch möglichst vielen Besuchern mit Behinderungen zugänglich zu machen und hat viele Auszeichnungen dafür erhalten.

So verlieh ihm der Sozialverband Deutschland (ehemals Reichsbund der Kriegs- und Wehrdienststopfer, Behinderten, Sozialrentner und Hinterbliebenen e. V.) 1996 erstmals und erneut 2002 das Prädikat "Überlegt geplant - an Behinderte gedacht".

Das Bundesfamilienministerium und der Deutsche Tourismusverband prämierten den HANSA-PARK 2003 im Bundeswettbewerb "Willkommen im Urlaub - Familienzeit ohne Barrieren" mit dem Bundespreis in Silber - als beste schleswig-holsteinische Einrichtung und einzigen deutschen Freizeitpark überhaupt, der sowohl in Barrierefreiheit als auch in punkto Familienfreundlichkeit höchste Anforderungen erfüllt.

Um Behinderten oder älteren Menschen ohne Führerschein eine problemlose Anfahrt zu ermöglichen, planen wir, über das Internet Hilfestellungen zu bieten, wie die barrierefreie Anreise vom und Rückkehr zum Wohnort organisiert werden kann.

4.

Wird sich auch auf neue potenzielle Zielgruppen wie z.B. Senioren, mit zunehmenden Angebot und Barrierefreiheit eingestellt?

Die neue Thematisierung im HANSA-PARK bietet interessante Perspektiven für Senioren und greift den modernen Trend zum „Edutainment“ erneut und intensiviert auf.

Der HANSA-PARK engagiert sich seit vielen Jahren mit großem Einsatz darum, als Familien-Freizeitpark allen Menschen offen zu stehen. Darum arbeitet er konsequent daran, Attraktionen und Fahrattraktionen auch möglichst vielen Besuchern mit Behinderungen zugänglich zu machen und hat viele Auszeichnungen dafür erhalten.

5.

Sind Freizeitparks barrierefrei? Wenn nicht, welche konkreten Maßnahmen sind diesbezüglich geplant? Wie begleitet die Bundesregierung die Einrichtung barrierefreier Freizeitparks?

Wir verweisen auf unseren Leitfaden für gehandicapte Gäste, den wir als Dateianlage beifügen.

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?

Wenn noch kein pädagogisches Konzept vorliegt, was in kleineren Freizeitparks häufiger der Fall sein dürfte, müssen die Kosten für seine Entwicklung in Kooperation mit der Fachwissenschaft und mit Schulen vorfinanziert werden. Es ist zunächst zu prüfen, welche Angebote und Themeninhalte der Freizeitparks sich zur Wissensvermittlung tatsächlich eignen könnten. Die Kosten für solche Untersuchungen können nicht den Freizeitparks aufgebürdet werden. Weiterhin muss die Konzeptentwicklung wissenschaftlich begleitet werden. Nur in einem Monitoring können die echten Effekte und der reale Nutzen erfasst werden.

2.

Welche Anreize kommen dafür in Betracht?

Ausschreibungen der Fachministerien der Bundesländer von Auftragsstudien mit wissenschaftlicher Begleitung durch die Hochschulen. Finanzielle Förderung der Zusammenarbeit von Freizeitparks mit Schulbehörden zur Ableitung pädagogischer Konzepte und ihre Evaluierung. Finanzierung von Personal in den Freizeitparks zur Durchführung der Projekte.

3.

Spielt so ein pädagogischer Zweck beim Führen eines solchen Unternehmens überhaupt eine Rolle?

Ja, besonders in solchen Freizeitparks, die Familienunternehmen sind und wo Eigentümer und Angestellte meist selbst Kinder haben, ist die Behandlung pädagogischer Themen unvermeidbar. Neben Aspekten der Sicherheit fließen pädagogische Zielsetzung automatisch bei Art und Auswahl von Spielattraktion direkt und indirekt ein.

4.

Gibt es Bildungsangebote und in welchem Umfang?

Die Parks halten vielfältige Bildungsangebote bereit. Dazu zählen etwa geführte Touren durch den Park z.B. mit Informationen über Tier- und Pflanzenwelt, aber konkret auch gesonderte Bereiche für interaktives Lernen mit technischen oder biologischen Inhalten, Informationstafeln, die in Themenbereichen auf historische, geografische oder kulturelle Zusammenhänge hinweisen und in einigen Parks sogar fachliche Anleitungen zu handwerklichem Lernen. Zu den spielerischen Lernformen gehören u.a. Verkehrsschulen für Kinder.

HANSA-PARK bietet u.a. backstage - eine kostenfreie aufregende Tour hinter die Kulissen von Deutschlands einzigem Erlebnispark am Meer an.

Siehe weitere Angebote unter Ziffer 5.

5.

Gibt es spezielle Bildungsangebote für Schulen, wenn ja, werden sie genutzt, wenn nein, warum nicht?

Mehr als ein Drittel der deutschen Freizeitparks stellt aufbereitete Unterrichtsmaterialien für Lehrer zur Verfügung, damit sich der Freizeitparkbesuch nahtlos in den Unterricht einfügen lässt.

- HANSA-PARCOURS (Wissensrallye) - dieses von Pädagogen entwickelte, erlebnisorientierte Lernprogramm ist ein kostenfreies Angebot zur fächerübergreifenden Vermittlung von landeskundlichen, ökologischen und naturwissenschaftlichen Kenntnissen im HANSA-PARK. Mit der Zielsetzung „Erlebnisorientiertes Lernen im HANSA-PARK“ haben Pädagogen unter dem Namen „Hansa-Parcours“ ein umfangreiches Lernprogramm entwickelt. Es ist für Schulklassen verschiedener Altersstufen und unterschiedlicher Schularten geeignet. Wegen der großen Nachfrage wird es ständig aktualisiert und erweitert.

Ziel des Projektes ist es, auf spielerische Art und Weise zum Lernen zu motivieren und das natürliche Fragebedürfnis und das Problembewusstsein zu fördern. Auf ansprechende und anschauliche Weise wird das umfassende Angebot des HANSA-PARK genutzt, landeskundliche, ökologische, geschichtliche und naturwissenschaftliche Kenntnisse zu vermitteln. Die originalgetreuen Rekonstruktionen eines Drachenschiffes der Wikinger, einer spanischen Karavelle des Christoph Kolumbus und einer Hansekogge sind hervorragende Anknüpfungspunkte für historische, geographische und nautische Fragestellungen. Im Park aufgestellte Schautafeln erweitern den Lernstoff, indem sie die jeweiligen Exponate in den Zusammenhang ihrer Epoche stellen und zusätzliche Informationen bieten. Für einen heimatkundlich orientierten Sachkundeunterricht liefern weitere maritime Exponate sowie Flora und Fauna im HANSA-PARK vielfältige Lernangebote. Unsere Fahrattraktionen stellen Anknüpfungspunkte für mathematisch-naturwissenschaftliche Fragestellungen dar

- "Sammys große Abenteuer" in 4 D. Was könnten fünfzig oder sechzig Jahre alte Schildkröten nicht allen erzählen, wenn sie sprechen könnten? Vor allem über die Begegnungen mit dem Menschen, mit dem sie überall auf der Welt zusammen treffen.
- Einblick in die Berufsausbildung eines neuen Berufsbildes: „Kauffrau / Kaufmann für Tourismus und Freizeit“. Auch unsere Auszubildenden, die den Beruf der Bürokauffrau / des Bürokaufmannes, „Veranstaltungskauffrau / -mann“ oder des Mechatronikers erlernen bzw. stehen Interessierten für Fragen zu Inhalten der Ausbildung und ihren persönlichen Erfahrungen zur Verfügung. Schulklassen können sich extra hierfür anmelden - die Benutzung ist kostenfrei.

- Kooperationen mit Schulen

HANSA-PARK soll den Schülerinnen und Schülern im Verlauf ihrer Schullaufbahn als Modell der Arbeitswelt in verschiedenen Jahrgangsstufen und unterschiedlichen Fächern begegnen. Die einzelnen Aktivitäten sind Bestandteil der schulinternen Lehrpläne bzw. sonstiger zum Schulprogramm gehörender Aktivitäten der Schule. Angestrebt wird eine auf eine jährlich sich wiederholende Routine hin angelegte Kooperation.

Um den Schülern ein realistisches Bild über die Arbeitswelt vermitteln zu können, werden

- Betriebsbesichtigungen
- Praktikumsplätze
- Schnuppertage
- Berufsinformationen im Unterricht durch Mitarbeiter/innen/Auszubildende
- Teilnahme an Elternabenden (Voraussetzungen/Erwartungen an Azubis, Bewerbungsverfahren)

angeboten.

6.

Welche Rolle spielen Schulklasse als Besucher? Wie könnte deren Anteil gesteigert werden?

Die Kooperation mit Freizeitparks ist nicht überall in gleich hohem Maß ausgeprägt, denn für Schüler wie Lehrer sind Besuche in Großparks mit vielen Fahrattraktionen attraktiver. Weiterhin haben viele Lehrer – meist unberechtigte – Vorurteile gegenüber der Angebotsform „Freizeitpark“ und es fehlt ihnen oft das nötige Verständnis für ihre wirtschaftlichen Grundlagen. Positive Erscheinungsformen des Freizeitparks wie Ausländerfreundlichkeit, Zugänglichkeit für alle Bevölkerungsteile, Erlebnisse in Gruppen und Gleichberechtigung der Geschlechter werden dann nicht genug gewürdigt.

Gute Ideen sind die Verbindung eines Freizeitparkbesuchs mit Projekttagen wie Science-Days in den Schulen. Auch die Benennung von Ansprechpartnern in der Schulverwaltung für die Kooperation mit den Freizeitparks wäre hilfreich.

Bei Überlegungen in den Bildungsministerien und in der Familienpolitik, wie man die Situation von Schulklassen mit hohem Ausländeranteil finanziell unterstützen könnte, könnte ein Besuch in Freizeitparks pro Jahr eingeplant werden.

Der Anteil der Schulklassen könnte z.B. gesteigert werden, wenn den Parks mehr Möglichkeiten gegeben würden, in den Schulen auf ihr – auch pädagogisches – Angebot hinzuweisen und wenn die Kultusministerien und deren nachgeordnete Behörden Freizeitparkbesuche im Rahmen von Wandertagen und als Gestaltung des Unterrichts durch entsprechende Verlautbarungen ausdrücklich erlauben und damit die Parks als außerschulische Lernorte anerkennen. Diese Richtlinien sollten länderübergreifend gelten.

Einrichtungen für gehandicapte Gäste / Rollstuhlfahrer im HANSA-PARK®

Herzlich willkommen im HANSA-PARK®. Wir freuen uns, Sie heute begrüßen zu können. Wir haben versucht, bei der Einrichtung und Ausgestaltung unserer Attraktionen besonders auch an unsere gehandicapten Gäste oder Gäste mit Mobilitätseinschränkungen zu denken. Dies schließt nicht aus, dass wir noch vieles verbessern können. Über Ihre Anregungen und Hinweise würden wir uns daher sehr freuen. Bitte wenden Sie sich an unsere Mitarbeiter, die Ihnen jederzeit gerne behilflich sind oder benutzen Sie unseren „Ihre Meinung bitte“ - Briefkasten am Ausgang.

Die meisten unserer Attraktionen, also auch unsere Fahrattraktionen, können von Ihnen problemlos benutzt werden.

Für manche Fahrgeschäfte gelten besondere Vorschriften bezüglich der notwendigen Größe, des erforderlichen Alters und der körperlichen Verfassung.

Diese Regeln wurden uns von den Behörden und vom TÜV vorgegeben und gelten besonders auch für Gäste mit Handicap!

Bitte beachten Sie, dass Betreuer und Gäste mit Handicap, die diese grundsätzlichen Anforderungen erfüllen, gerade dann noch eigenverantwortlich entscheiden müssen, ob die Attraktion für sie individuell geeignet ist.

Beachten Sie bitte auch, dass Betreuer für die Handlungen der Ihnen anvertrauten Gäste generell haften.

Des Weiteren bitten wir um Ihr Verständnis, dass gehörlose Gäste bei Fahrten mit den Attraktionen unbedingt von einer weiteren Person begleitet werden sollten, die im Falle einer Störung die Ansagen unserer Mitarbeiter verstehen und die Informationen weitergeben können.

Fahranlagen mit einem speziellen, für Rollstuhlfahrer ausgeschilderten Eingang:

- Parkeisenbahn → bitte den Zugführer ansprechen
- Fliegender Hai - aus dem Stillstand 7x mal kopfüber
- Blumenmeer-Bootsfahrt - zu Walzerklängen durch eine Blumenlandschaft
- Wellenreiter - eine fröhliche Wellenfahrt durch die Lüfte
- Pow-Wow - das überdachte Familienfahrgeschäft mit spannendem Drehspieß
- Sturmvogel - nur für starke Nerven: freier Fall aus 20 m Höhe

- Fliegender Holländer - mit einem Piratenschiff bis auf 24 m Höhe schaukeln
- Koggenfahrt - eine lustige Berg- und Talfahrt
- Fly Willy - ein Flug durch die Lüfte in riesigen Orka-Walen
- Torre del Mar - das größte Flugkarussell der Welt
- Dr. Livingstone's Safari-Flug - eine Entdeckungsreise durch Afrika

Fahranlagen mit einem für Rollstuhlfahrer bedingt geeigneten Eingang:

- Wikinger-Bootsfahrt - auf und ab pflügen die Wikingerschiffe durch die Wellen
- Holstein -Turm - ein 100 m hoher Aussichtsturm und das Wahrzeichen des HANSA-PARK®
 - ⇒ Sie können bequem bis an den Einstieg des Turms mit dem Rollstuhl fahren. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass Sie dort vom Rollstuhl direkt auf die Sitzbank umsteigen müssen.
- Barracuda Slide - eine rasante Wasserfahrt in Schlauchbooten aus über 12 m Höhe
- Historisches Riesenrad „Russische Schaukel“ - ein Original aus den 20er Jahren

Bitte beachten Sie folgende Ausnahme:

Aus Sicherheitsgründen haben uns die Behörden und der Technische Überwachungsverein (TÜV) die Beförderung von Gästen, die im Falle einer Störung das Fahrzeug bzw. die Anlage nicht aus eigener Kraft verlassen können bzw. von Gästen, welche sich in den Fahrzeugen bzw. Anlagen nicht aus eigener Kraft abstützen können, nur bei folgenden Fahrattraktionen untersagt:

- Fluch von Novgorod
- Schlange von Midgard
- Rollercoaster Nessie mit Riesenloop
- Dünenexpress Rasender Roland
- Crazy Mine
- El Paso Express
- Wildwasserfahrt
- Wasser-Achterbahn Super-Splash
- Wasser-Bobbahn Rio Dorado

- Power-Tower „Monte-Zuma“
- Space-Soccer
- Kiddie-Scooter
- Hochseilgarten Navajo Trail
- Baumhaus Apachen-Lodge

Das Gleiche gilt für Personen, die aus individuellen Gründen wie z. B. wegen einer Behinderung oder wegen ihres Körperbaus die vorgegebenen Sicherheits-einrichtungen dieser Anlagen nicht oder nicht vollständig nutzen können!

Bitte haben Sie für die Anweisung der Behörden und des TÜV Verständnis, die für diese wenigen Fahrgeschäfte gilt, da sie Ihrer eigenen Sicherheit dient.

**Benutzen Sie dafür alle übrigen Fahrattraktionen
umso häufiger!**

Spezielle Plätze für Rollstuhlfahrer in unseren Shows:

- Varieté-Show „Arena del Mar“: ca. 15 - 20 Plätze
- Special Effect Show „Arena del Mar“: ca. 15 - 20 Plätze
- FantasticCinema mit
„Sammys große Abenteuer“ in 4D: ca. 3 Plätze
- Wasser-Zirkus: ca. 12 - 20 Plätze
- Freilichtbühne auf dem alten Jahrmarkt: bis zu 40 Plätze

Hinweis für Gäste mit Seh- oder Hörschwäche

Wir bitten Gäste mit Seh- oder Hörschwäche, sich beim Einlass in das Varieté-Theater „Arena del Mar“ beim dortigen Mitarbeiter zu melden. Ihnen wird dann ein besonderer Platz zugewiesen.

Souvenirshops

Die meisten unserer Souvenirshops haben einen für Rollstuhlfahrer geeigneten Zugang.

Gastronomie

Folgende Restaurants haben einen für unsere gehandicapten Gäste geeigneten Zugang und sind auch für Rollstuhlfahrer problemlos zu befahren:

- Selbstwahlrestaurant Weltumsegler im Eingangsbereich
- Cafeteria auf den Landungsbrücken im Eingangsbereich

- Pizzeria L'Artista auf dem Alten Jahrmarkt
- Western Saloon Last Chance in Bonanza City
- Für Events kann der Fort Alamo Saloon ab circa 120 bis zu 200 Personen exklusiv reserviert werden.
Der Fort Alamo Saloon ist barrierefrei gestaltet.
Hinweise zu Behinderten-Toiletten siehe Seite 5.

Selbstverständlich halten wir in allen Restaurants leicht lesbare Speisekarten **für sehbehinderte Gäste** vor.

Für Gäste, die **Diätkost** einhalten müssen, stehen Diabetikerprodukte zur Verfügung. Bitte fragen Sie unsere Mitarbeiter.

Für Allergiker stellen wir gerne ein spezielles Menü nach Ihren Vorstellungen zusammen. Ob laktosefreies Essen oder glutenfreie Speisen - bitte teilen Sie uns Ihre Bedürfnisse für ein für Sie verträgliches Essen mit.

Unsere Mitarbeiter freuen sich darauf, Ihnen jederzeit auf Wunsch behilflich sein zu können! Denn wir möchten, dass Sie sich bei uns wohlfühlen!

Kostenfreie Parkplätze:

12 kostenfreie Parkplätze stehen an der Straßenseite „Am Fahrenkrog“ zur Verfügung. Von dort ist ein unmittelbarer Zugang zum Eingangsbereich des HANSA-PARK® über abgesenkte Bordsteine möglich.

Zusätzlich ist die erste Parkreihe auf dem Großparkplatz für behinderte Gäste ausgewiesen. Wir empfehlen insbesondere beim Besuch mit Rollstuhlfahrern, vor Anfahren des Großparkplatzes erst an der Straße „Am Fahrenkrog“ zu halten, um die behinderte Person dort abzusetzen und erst danach auf den Parkplatz zu fahren. Vom Parkplatz führen Rolltreppen zur Fußgängerbrücke hinauf und hinab. In der

HANSA-PARK®-Saison 2008 wurden sowohl auf dem Parkplatz wie auf der Parkseite neben den Rolltreppen gläserne Fahrstühle installiert. Damit wird der Übergang über die Fußgängerbrücke in beiden Richtungen noch bequemer und sicherer.

Unsere Mitarbeiter sind Ihnen gerne behilflich! Folgen Sie bitte den Vorwegweisern und Hinweisschildern auf der Kreisstraße 45.

Behinderten-Toiletten:

- 1 Toilette außen am Haupteingang neben dem Info- und Servicecenter
- 1 Toilette innen am Haupteingang neben der Cafeteria
- 1 Toilette in der Unterführung der Spiegelgalerie
- 2 Toiletten an der Tienda Textiles (1 Damen, 1 Herren)
- 1 Toilette im Kinderland
- 1 Toilette im Piratenland

Wickelräume

Insgesamt fünf liebevoll ausgestattete Baby-Wickelräume sind im Park verteilt und auf unseren Parkplänen ausgeschildert.

Größere Kinder können in unserer Sanitätsstation im Info- und Servicecenter gewickelt werden.

Drei weitere Wickelplätze befinden sich in den WC's Fort Alamo Saloon Damen, Behinderten WC Spiegelgalerie und Kiddie-Camp Damen.

Behindertengerechte Wegeführung

Fast jeder Punkt im Park ist durch behindertengerechte Abschrägungen zu erreichen.

Nutzung von kraftbetriebenen Fortbewegungshilfen auf dem Parkgelände

Wenn Sie kraftbetriebene Fortbewegungshilfen wie z.B. Elektromobile als orthopädische Hilfe auf dem Parkgelände nutzen möchten, ist unsere vorherige schriftliche Zustimmung erforderlich. Diese kann an Ihrem Besuchstag im Servicecenter eingeholt werden. Voraussetzung für unsere Zustimmung ist, daß die Fortbewegungshilfe medizinisch notwendig ist und Sie die vollständige Haftung für den Betrieb auf dem Gelände des HANSA-PARK übernehmen.

Leihrollstühle

Für Behinderte stehen kostenfrei neun Leihrollstühle zur Verfügung. Sie werden gegen Hinterlegung eines Pfandgeldes und Angaben der Personalien direkt am Haupteingang von unseren Mitarbeitern der Eingangskontrolle ausgegeben.

Aufbewahrung

Gern nehmen unsere Mitarbeiter im Info- und ServiceCenter kleine und größere Dinge von unseren gehbehinderten und im Rollstuhl fahrenden Gästen gegen eine geringe Gebühr zur Aufbewahrung entgegen.

Auszeichnung

Am 15. März 1996 erhielt der HANSA-PARK® erstmals für vorbildliches Bauen für Behinderte vom Sozialverband Deutschland - ehemals Reichsbund der Kriegs- und Wehrdienststopfer, Behinderten, Sozialrentner und Hinterbliebenen e. V. - die Auszeichnung "Überlegt geplant - an Behinderte gedacht". Das Gütesiegel für „barrierefreies Bauen“ wurde HANSA-PARK® zum zweiten Mal in 2002 vom Sozialverband Deutschland e.V. überreicht.

