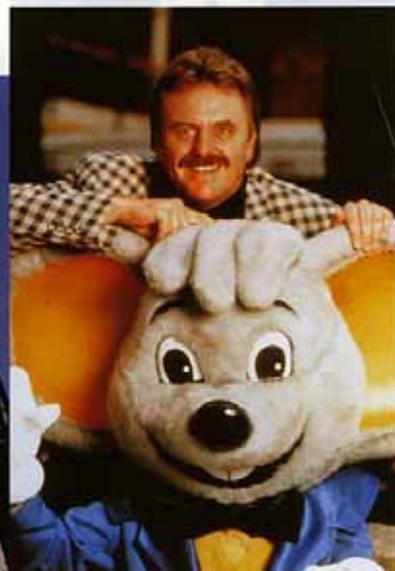


**SPECIAL
AWARD**



Die Euromaus hat Roland Mack Glück gebracht. Sein Konzept, europäische Attribute und Merkmale in einen Familien- und Freizeitpark zu integrieren, beurteilte unter anderem die Stiftung Warentest mehrfach mit der Note „sehr gut“.

Nach nur achtmonatiger Bauzeit eröffnete 1999 das „Castillo Alcazar“ im Europa-Park in Rust. 27 Mio. DM investierte Roland Mack in das 6.000 qm große Gebäude mit insgesamt 112 Zimmern bzw. 450 Betten.

■ **Hotellerie im Europa-Park Rust**

Hotels der Nationen

Mit einem Gästeaufkommen von über drei Mio. Besuchern 1999 ist der Europa-Park in Rust der erfolgreichste Freizeit- und Familienpark in Deutschland und nach Disneyland in Paris immerhin der zweitgrößte in Europa. Roland Mack heißt der kreative Unternehmer, der hinter dem auf europäische Länder ausgerichteten Freizeitparkkonzept steckt. Seit 1995 ist er daneben Herr über das 193-Zimmer-Hotel „El Andaluz“ und seit 1999 auch über ein zweites Hotel: Das 112-Zimmer-Haus „Castillo Alcazar“.

Mit zahlreichen Nachbildungen von Besonderheiten unterschiedlicher europäischer Länder und 100 Attraktionen auf einer Gesamtfläche von 62 ha, einer theoretischen Beförderungsleistung (die Gesamtkapazität der Shows und der Fahrgeschäfte) von 50.000 Personen pro Stunde und einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 8,5 Stunden pro Gast, zog der Europa-Park in Rust 1999 über drei Mio. Gäste an. Das

Konzept, europäische Besonderheiten in einen Themen- und Vergnügungspark für die gesamte Familie zu integrieren, hat Inhaber und Geschäftsführer Roland Mack trotz schwierigen Standorts im abgelegenen Rust innerhalb weniger Jahre zum europaweit erfolgreichsten Freizeitparkbetreiber katapultiert. Wer kann seinen Gästen schon einen spielerischen und aufregenden Rundgang durch insgesamt zwölf europäische Länder bieten, der von der Di-

nosaurier-Themenfahrt bis hin zum Besuch der Raumstation MIR reicht? Vielleicht sieht Roland Mack (Motto: „Die weite Welt ist mein Feld“) aufgrund dieser ungeheuren Themenvielfalt, vielleicht aber auch wegen des Lern-Effekts „europäischer Einheit“ die meisten seiner jährlich mittlerweile rund drei Mio. Gäste wieder – 74 Prozent sind Wiederholungstäter. Das sagt wohl mehr über die Qualität des Vergnügungsparks aus, als das zweimalige Urteil „sehr gut“ der Stiftung Warentest oder die Vergabe des „Liseberg Amusement Business Applause Award“, einer Art Branchen-Oscar für Freizeitparks. Das Erlebnis maximal ausschöpfen – so lautet die Maxime für die Gäste des Europa-Park und damit ist die Rolle der Hotellerie als Versorgungsdienstleister in Sachen Übernachtung auch gleich definiert. Aber obwohl sie sich damit dem Freizeit-



HOTELIER DES JAHRES 2000

park als solchem unterzuordnen hat, setzte Roland Mack mit seinem 1995 erbauten Hotel „El Andaluz“ praktisch aus dem Stand heraus neue Maßstäbe in der deutschen Hotellandschaft. Und das, obwohl der 50-Jährige zunächst ein Hotel weder selbst entwickeln, bauen, noch betreiben wollte. „Unser Kerngeschäft ist schließlich der Park,

denn der ernährt uns“, sagt Mack. Gleichwohl – ein Hotel tat Not, die im 3.100-Einwohner kleinen Rust zur Verfügung stehenden Hotelzimmer konnten der Nachfrage nach Übernachtungskapazitäten bereits 1994 nicht mehr gerecht werden. Namhafte Hotelgesellschaften wie Mövenpick und Dorint winkten jedoch gleich ab, zu risikoreich schien das neuartige Konzept „Park plus Hotel“. Also nahm Mack das Projekt selbst in die Hand. Und wenn schon selbst, dann auch nach Freizeitpark-Maßstäben. Will heißen, ein in den spanischen Bereich des Europa-Parks integriertes Themenhotel. So entstand 1995 das „El Andaluz“ mit rund 770 Betten. 25 Mio. DM betragen die Investitionskosten für den imposanten Nachbau einer herrschaftlichen Finca. „Mit Sicherheit nicht die billigste Bauweise“, gibt Mack zu. Bei einem solch hohen Bedarf an Betten wäre es unter betriebswirtschaftlichen Aspekten „vielleicht sogar interessanter gewesen, günstiger zu bauen.“ Aber „wir



Die Columbus-Suite im Burghotel „Castillo Alcazar“ ist eine von acht thematisierten Suiten, alle mit viel Liebe zum Detail ausgestattet: Die Wände sind handbemalt, die individuellen Einrichtungsgegenstände antik.

puttmachen, erwiesen sich von Anfang an als unbegründet. „Der Run auf unsere Zimmer war wesentlich größer als gedacht, so dass jene Gäste, die nicht bei uns unterkamen, weiterhin nach

wollten die Übernachtung nicht einfach als Insellösung produzieren, sondern eine Verlängerung des Parkerlebnisses bis in die Nacht hinein erreichen, um so wiederum die Aufenthaltsdauer der Gäste im Park zu verlängern“, begründet Mack die Investition. Deswegen erzeugt er mit der bis ins kleinste Detail umgesetzten Thematik – eine stilschöne spanische Wohnwelt, bei der sogar die 22.000 Dachziegel aus Spanien importiert wurden – die perfekte Illusion der iberischen Halbinsel im südbadischen Rust. Weil Themenhotels ideal in einen Freizeitpark passen, hat Mack zusätzlich sieben Mio. DM in einen 160-Betten starken Anbau an das „El Andaluz“, sowie in ein 50-Betten-Gästehaus investiert, das er gleich noch in der „deutschen Straße“ mitbauen ließ. Die Ängste der Hoteliers vor Ort, ein großes Hotel könne das Geschäft ka-

Rust auswichen und dort für ausgebuchte Hotels und Pensionen sorgen“, freut sich Mack. Mit dem Europa-Park hat Mack immerhin insgesamt 7.000 indirekte Arbeitsplätze in der näheren Umgebung geschaffen. Wie groß der Run auf die „El Andaluz“-Zimmer bereits im ersten Jahr war, beweisen die Zahlen.

Kein Konzept von der Stange

Schon 1995 lagen die Belegungsraten des 193-Zimmer-Hauses bei 87 Prozent, 1999 sogar bei über 92 Prozent. Erstaunlicherweise kommen die Übernachtungsgäste nicht wie erwartet nur aus über zweistündiger Entfernung, sondern vielfach auch aus dem Nahbereich. „Da fahren Gäste mit Koffern voller Gepäck vor, die aus Herbolz-

heim oder Freiburg kommen“, staunt Roland Mack selbst. Immerhin hat er damit gleich seine mit dem Hotelbau verbundene Maßgabe problemlos erfüllt: „Den Verkauf der Zwei- und Dreitagekarte zu forcieren und Eintagesbesucher des Europa-Parks in Mehrtagesbesucher zu verwandeln“ – die folgerichtig in den Park Hotels übernachten.

Europapark-Steckbrief

Eröffnung: 12.7.1975
Inhaber: Fa. Mack KG, Rust
Standort: A5 Karlsruhe-Basel
 Ausfahrt Ettenheim
Fläche: 62 ha
Konzept: Derzeit 12 europäische Themenbereiche integriert in landestypische Architektur und insgesamt 100 unterschiedliche Attraktionen, Fahrgeschäfte und Shows
Fahrgeschäfte: Sämtlich hergestellt von der Karussell- und Fahrzeugbaufirma Heinrich Mack GmbH & Co., Waldkirch
Öffnungszeiten Park: 8. April bis 5. November 2000, tgl. 9-18 Uhr, längere ÖZ im Sommer
Eintritt: Erwachsene 41 DM, Kinder 37 DM
Frequenz: Tgl. 12.000 Besucher, in der Spitze bis zu 35.000
Besucher Saison 1999: Über 3 Mio.
Wiederholungstäter: 74 Prozent
Ø Alter: 26,9
Ø Aufenth.: 8,5 Stunden
Mitarbeiter in der Saison: 1.860, davon 120 allein für den Hotelbereich
ganzjährig: 300
Anzahl der beförderten Gäste pro Saison: 100 Mio.
Neuheiten 2000: Parkerweiterung um 20.000 qm mit einem Griechischen Themenbereich, Investitionskosten rund 45 Mio. DM, Nachbildung des 12-eckigen Globe-Theatre mit insgesamt 700 Sitzplätzen im englischen Bereich, neue Attraktion Labyrinth der 100 Europäer
Theoretische Beförderungsleistung: Bis zu 50.000 Personen pro Stunde
Zuwachsraten Mehrtagesbesucher: 1999: 49,1 Prozent

Facts & Figures

Umsatz Mack-Gruppe 1999: 250 Mio. DM (brutto)
Davon Umsatz Hotels: 30,5 Mio. DM (netto)
Investitionen 1999: Insgesamt 40 Mio. DM
Hotelbetriebe: 2
Zimmer „Castillo Alcazar“: 112
Zimmer „El Andaluz“: 193
Betten gesamt: 1.250
Ø Auslastung beider Hotels: 92,3 Prozent
Ø Aufenthalt Hotelgäste: 1,4 Tage
Ø Zimmerpreis: 187,48 DM bei 2,5 Personen pro Zimmer
Gastronomie: 22 Fast Food- und ländertypische Spezialitäten-Einrichtungen und elf Restaurants
Sitzplätze: 6.440 gesamt, davon 4.450 Indoor und 1.990 Outdoor
Veranstaltungsräume: 12 mit Kapazitäten zwischen 10 und 1.380 Personen
Konferenzräume: 5
Eröffnung Confertainment Zentrum: 1996
Zahl der Confertainment Mitarbeiter: 6
Confertainment Veranstaltungen 1999: 400
Umsatz Confertainment 1999: 4,5 Mio. DM (netto)

HOTELIER DES JAHRES 2000

Zugleich konnte Mack aber auch den Gästeradius um ein Vielfaches erhöhen. „Bis 1995 hätte es für uns keinen Sinn gemacht, in Berlin oder Hamburg zu werben, denn wir hätten keine Kapazitäten gehabt, um die Gäste zu beherbergen und die wenigen Zimmer in Rust hätten auch nicht gereicht. Wir



„Der Europäer ist kein Freund von Pappmaché“, sagt Roland Mack und achtet deswegen bis hin zum Stillen Örtchen auf Detailgenauigkeit. Die Terrakotta Bodenfliesen und der Waschtrog aus Stein stammen aus Spanien.

hätten im Gegenteil sogar mit einem Negativeffekt rechnen müssen, wenn wir Gäste zum Kommen animiert hätten und ihnen keine Unterkunft hätten bieten können“, so Mack. Dieses Problem ist durch das neue Hotelangebot gelöst – zumindest vorerst, denn die Zuwachsraten im Bereich der Zweitagebesucher – 1997 noch 15,3 Prozent, 1999 bereits 49,1 Prozent – nehmen mit dem neuen Bettenangebot rapide zu. Präzedenzfall erfolgreich abgeleiteter Nachfrage. Denn die Hotellerie



Übernachten wie im Mittelalter im maurischen Prachtbau des „Castillo Alcazar“ im spanischen Themenbereich des Europa-Park. In dem neunstöckigen Burghotel stehen 112 Zimmer und acht Suiten zur Verfügung.

kann – auch bei so viel Erfolg – immer nur zweiter Sieger bleiben hinter den im Laufe der vergangenen 25 Jahre vom kleinen Spaßpark und Ausstellungsgelände für Fahrgeschäfts-Prototypen der Waldkircher Heinrich Mack GmbH & Co. auf heute zwölf Themenbereiche angewachsenen Attraktionen des Europa-Parks. Auch das im Frühjahr vergangenen Jahres in wenigen Monaten erbaute, zweite Hotel „Castillo Alcazar“ unterstützt und un-

termauert durch dramaturgische Stilelemente typischer spanischer mittelalterlicher Schlösser und Burgen das Erlebnis Europa-Park.

Für den aufwendigen Bau („hier ist praktisch jede Fliese eine Einzelfertigung“) fand Mack obendrein eine ökonomische Lösung. Denn obwohl das Grundstück der binnen acht Monaten aus dem Boden gestampften Burgenkulisse mit 565 qm relativ klein ist, gelang es ihm, dort für seine erlebnishungrigen Gäste Nutzfläche in einer Größenordnung von über 6.000 qm zu schaffen. Auch in bezug auf die innerbetriebliche Infrastruktur gestaltete Mack das Management für das „Castillo Alcazar“ effektiv – die Zahl der in den Hotels tätigen Mitarbeiter erhöhte sich lediglich um 40 auf 120 bei insgesamt 2.000 Mitarbeitern des Parks. Rund 27 Mio. DM investierte Roland Mack in den neuen Hotelkomplex. Aber damit nicht genug. Parallel zum Hotelneubau investierte er noch einmal 20 Mio. DM in den Park. Begründung: „Wir wollten sichergehen, dass neue Fahrgeschäfte mindestens noch einmal eine Stunde Gast-Aufenthalt bringen.“

Diese inzwischen auf 8,5 Stunden gewachsene Aufenthaltszeit hat sich entsprechend positiv auf die Nachfrage nach den 112 neuen Hotelzimmern des „Castillo Alcazar“ ausgewirkt. Die 35 bis 75 qm großen Unterkünfte sind bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 1,4 Tagen pro Gast bereits im Eröffnungsjahr zu 92,3 Prozent ausgelastet. Solche Auslastungszahlen verlangen eigentlich eine erneute Erweiterung der Bettenkapazitäten. „Alle zwei Jahre 500 neue Betten anzubieten, widerspräche unserer Philosophie des langsam Gewachsenen“, erklärt Mack. Aber: „Wenn der Trend zum verlängerten Aufenthalt tatsächlich anhält, werden wir ernsthaft darüber nachdenken müssen, ob wir nicht ein drittes Hotel bauen, um der Nachfrage gerecht zu werden.“

Vorläufig konzentriert sich der findige Unternehmer auf andere Multiplikatoreffekte für seinen Freizeitpark. So bietet er seit 1996 auch Bankette und Special Events seiner Europa-Park-Truppe an. Damit will Mack die bisherige Zielgruppe – zu über 80 Prozent Familien mit Kindern – um neue Gästepotenziale erweitern. „Diese Großveranstaltungen haben sich zu einem äußerst wichtigen Standbein des

Roland Mack

Ein überaus engagierter Freizeitparkbetreiber, das ist Roland Mack, Jahrgang 1949, Preisträger des Hotelier des Jahres 2000-Special Award für die beispielhafte Verknüpfung von Hotellerie und Vergnügungspark. Das Fahrgeschäft hat Tradition in der Familie des Freiburgers. Die Heinrich Mack GmbH & Co. in Waldkirch liefert bis heute alle Attraktionen für den Europa-Park, der vor 25 Jahren als Spaßpark und zugleich Ausstellungsgelände für Prototypen eröffnet wurde. Mit seinem Konzept „gewachsene Strukturen plus solide Wertarbeit plus ständige eigene Präsenz“ katapultierte sich Mack an die Spitze der Freizeitparks in Europa. Er selbst ist mittlerweile eine südbadische Institution. Dazu passt, dass der diplomierte Maschinenbauingenieur unter anderem Gründungsmitglied des Verbands Deutscher Freizeitunternehmen ist und Mitglied des Ausschusses für Tourismus sowie des Deutschen Industrie und Handelstages. 1991 bekam er vom Land Baden-Württemberg die Wirtschaftsmedaille für herausragende Dienste verliehen, 1998 wurde ihm die Tourismus Medaille des Landes zuerkannt. Für außerordentliche Verdienste im Schautellergewerbe erhielt er die goldene Ehrennadel des Schautellerverbandes. Und im Oktober vergangenen Jahres wurde der 50-Jährige für seine unternehmerischen Leistungen mit dem Bundesverdienstkreuz am Bande ausgezeichnet. Der Titel „Hotelier“ schmückt seit 1995 seine Vita. Da nämlich eröffnete er – weil das Angebot in seinem Europa-Park kaum mehr an einem Tag zu bewältigen war – mit dem im spanischen Themenbereich integrierten „El Andaluz“ sein erstes Hotel. Als Initiator, Chefplaner und Finanzier machte sich Mack 1999 zum Hausherrn über ein weiteres Hotel, des „Castillo Alcazar“. Damit erweiterte er das Bettenangebot auf insgesamt 1.250 und erhöhte zugleich die Frequenz der Mehrtagesbesucher. Mit seinem Themenhotelkonzept hat er neue Akzente in der deutschen Hotellandschaft gesetzt. Die hochlukrative Verbindung zwischen Hotel und Freizeitpark ließ Roland Mack innerhalb weniger Jahre nicht nur zu einem der wirtschaftlich erfolgreichsten Parkbetreiber und Gastronomen aufsteigen, sondern auch zu einem bedeutenden Impulsgeber der hiesigen Hotellszene.



HOTELIER DES JAHRES 2000

Park-Angebotes entwickelt, denn sie kreieren weitere Nachfrage und wir brauchen schließlich Gäste, die wiederkommen", sagt Mack. So reisen Europa-Park Künstler samt ihrer Kulissenwelten dann schon mal quer durch Deutschland, um an anderer Stelle ihr Talent unter Beweis zu stellen und neugierig auf den Europa-Park zu machen – etwa in Berlin bei der Bambi-Verleihung oder in Frankfurt beim Ball des Sports. Aber auch innerhalb der Park-Infrastruktur bietet Mack zahlreiche künstlerische Veranstaltungen an. So gastiert im umgebauten „Teatro dell'Arte“ zum Beispiel die Dinner Show „La notte della luna“, bei der bis zu 764 Gäste teilnehmen können, lädt ein „Alemannisches Rittermahl“ zum mittelalterlichen Gelage nach „Schloss Balthasar“ ein oder verheißt ein Abend im „La Cigale“ französisches Savoir-Vivre – das Angebot an thematisierten erlebnisgastronomischen Veranstaltungen ist schier endlos. Kein Wunder: Immerhin stehen hier insgesamt 6.440 Sitzplätze in 22 ländertypischen Fast Food-Einheiten und elf Restaurants zur Verfügung. Außerdem ein neuer, vielversprechender Zweig: die Verbindung

Confertainment-Angebot

Veranstaltungsräume	Plätze
Barocktheater	764
Spanische Arena	2.460
Bistro La Cigale	100
Festsaal	1.380
Schloss Balthasar	400
Raum Don Quichotte	400
Vip-Lounge	20-60
Eis-Show-Stadion	1.750
Konferenzräume	
Im Quartier Francais:	
Raum Jeanne d'Arc	40
Raum Petit Paris	350
Salle d'Europe	70
Im Spanischen Bereich:	
Alhambra	80
Im Hotel „El Andaluz“:	
Raum Miguel de Cervantes	70

beinahe 800 und der Saal Petit Paris immerhin 350. Die übrigen Räume fassen zwischen 40 und 400 Personen. Insgesamt gibt es Kapazitäten für über 6.000 Personen. Für die Verbindung von Konferenz und Entertainment un-

ter einem Dach hat der Europa-Park sogar einen neuen Begriff geprägt: Confertainment. Das Angebot Tagung und Erlebnis lässt sich bereits gut an. Mit über 400 Veranstaltungen an rund 200 Arbeitstagen 1999 konnte der neue Zweig des Europa-Parks im vergangenen Jahr bereits ein dreizehnprozentiges Umsatzplus auf 4,5 Mio. DM verbuchen. Den Grund für diesen Erfolg im Tagungsgeschäft sieht Mack zum einen in der „Sonderbehandlung“ der Konferenzgäste – für sie bleibt der Park nämlich länger geöffnet – zum anderen in der Nachfrage nach immer ausgefalleneren

Locations für Konferenzen. Ideal für die Freizeitparkbranche, denn deren Infrastrukturen erlauben tagsüber ruhiges Arbeiten und abends Vergnügen nach Maß. Den hohen Bekanntheitsgrad seines Angebotes erreicht Mack unter anderem über Auftritte seiner Co-Branding-Partner – von Coca-Cola, Schöller und Beiersdorf bis hin zum Südwestdeutschen Rundfunk SWR. Daneben lässt er Park, Hotel und Special Events zum Großteil über Reiseveranstalter vermarkten. Insgesamt sind allein 68 Prozent des Zimmerkontingents an Veranstalter wie TUI, Ameropa und Neckermann vergeben. „Es bedeutet für uns ein riesiges Werbepotenzial, in all den Katalogen vertreten zu sein und bietet uns zugleich die Möglichkeit, Professionalität zu demonstrieren“, erklärt Mack den verhältnismäßig hohen Anteil.

Jedes Jahr eine neue Attraktion

Größe beweist er darüber hinaus durch seine Politik der kontinuierlichen Expansion. Jedes Jahr nach der Winterpause hält der Europa-Park mindestens eine neue Attraktion für seine Gäste bereit. Im kommenden Jahr etwa wird ein „griechisches Dorf“ zwei Hektar zusätzliches Fahrgeschäft bieten. Darüber hinaus wird der englische Themenbereich um die Nachbildung des Shakes-

peare'schen „Globe Theatre“ erweitert. Multiplizierbar ist ein solches Konzept wohl nicht – oder nur schwerlich. Das hat Roland Mack seit langem erkannt und einen zweiten Europa-Park auch



Die Magnetschwebbahn Europa-Park-Express führt nicht nur direkt zum Hotel „El Andaluz“ (siehe Foto) und zum „Castillo Alcazar“, sondern einmal quer durch den Park.

nie ernsthaft in Betracht gezogen. „Wir sind ein Markenartikler mit allen Chancen und Risiken und es wäre fatal, wollten wir uns selbst kopieren“, ist er überzeugt. Statt dessen diversifiziert er lieber mit Tagungs- und Hotelangeboten. Dabei sind beide aber mehr als nur ein zusätzlicher Wirtschaftsfaktor (Netto-Hotel-Umsatz 1999: 30,5 Mio. DM), sondern „als integraler Bestandteil“ vor allem ein Bindeglied zwischen den unterschiedlichen Leistungsspektren des Europa-Parks. Genau hierin besteht paradoxerweise zugleich das unverwechselbare eigenständige Profil der Themenhotels, weil die Übernachtung im „Castillo Alcazar“ und im „El Andaluz“ nicht nur das Schlafbedürfnis stillt, sondern als Mix von Zusatzunterhaltung und Entspannungskomfort zum Erlebnis für die ganze Familie wird. „Der Grundnutzen ‚Hotel‘ genügt vielen Gästen nicht mehr“, ist Mack überzeugt. Seiner Vormachtstellung im Bereich „Hotel plus Event“, die von den einzigartigen Synergien mit den Parkressourcen zehrt, ist sich Mack sehr wohl bewusst. Dass die Thematisierung des Übernachtungsauftritts in Deutschland noch in den Kinderschuhen steckt, kommt dem badischen Unternehmer dabei sehr entgegen: „Wir haben hier eine echte Marktlücke entdeckt und diese Nische perfekt besetzt. Jeder, der jetzt mit ähnlichen Angeboten kommt, wird sich an uns messen müssen.“

Sabine Münstermann