



KURZGUTACHTEN ZUR

ERWEITERUNG DER BETTENKAPAZITÄTEN
BURGER SÜDSTRAND

IFA FERIEN-CENTRUM SÜDSTRAND

IFA Hotel- und Touristik AG, Duisburg

eingestellt bei www.b-planpool.de

Wenzel Consulting Aktiengesellschaft
Hamburg, November 2003





Inhaltsverzeichnis

1	Vorbemerkung	1
1.1	Zielsetzung.....	1
1.2	Auftragsdurchführung	1
2	Die geplante Erweiterung der Bettenkapazitäten im IFA Ferien-Centrum Südstrand	3
2.1	Angebotsituation am Untersuchungsstandort	3
2.2	Planungsvorhaben IFA Ferien-Centrum Südstrand	5
3	Markt- und Wettbewerbssituation	6
3.1	Ferienzentren	6
3.1.1	Die IFA Hotel & Touristik AG und andere Betreiberketten.....	6
3.1.1.1	IFA-Ferienzentren	6
3.1.1.2	Center Parcs (und ehemals Gran Dorado).....	7
3.1.1.3	Landal GreenParks	10
3.1.1.4	Sarcon Ferienanlagen	12
3.1.1.5	Upstalsboom	13
3.1.2	Ferienparks an der schleswig-holsteinischen Ostseeküsten.....	14
3.1.2.1	Ferienpark Damp.....	14
3.1.2.2	Ferienpark Weissenhäuser Strand.....	16
3.1.2.3	Geplante Ferienparks an der schleswig-holsteinischen Ostseeküste	17
3.2	Hotel	18
3.2.1	Beherbergungsmarkt Insel Fehmarn.....	18
3.2.2	Geplante Hotelprojekte an der schleswig-holsteinischen Ostseeküste	18
3.3	Bewertung der Wettbewerbssituation	20



4	Ermittlung der Auslastung der Beherbergungsbereiche und Ankünfte	21
4.1	Hotel	21
4.2	Umwandlung Appartementurm zu einem Hotel.....	25
4.3	Erzielbares Gesamtübernachtungsaufkommen	27
5	Effekte durch die Realisierung des Planungsvorhabens	31
5.1	Wirtschaftliche Effekte dargestellt am Beispiel Center Parcs Bispingen	31
5.2	Veränderung der Zielgruppenstruktur	32
6	Zusammenfassendes Fazit.....	33

Anhang: Exkurs: Das Marktsegment Ferienimmobilien



Urheberrecht

Diese Entwurfsvorlagen, Untersuchungen, Ausarbeitungen, Zeichnungen, Berechnungen usw. fallen unter § 2 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte.

Sie sind dem Empfänger nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen (auch auszugsweise) nur mit ausdrücklicher und schriftlicher Genehmigung des Verfassers.

Alle Rechte, vor allem die Urheberrechte, verbleiben bei dem Verfasser.

Wenzel Consulting
Aktiengesellschaft
Winterhuder Marktplatz 7
D - 22299 Hamburg
Telefon +49(0)40/480042-0
Telefax +49(0)40/480042-99
E-Mail info@wenzel-consulting.de



1 Vorbemerkung

1.1 Zielsetzung

Die IFA Hotel & Touristik AG plant im Rahmen der Gesamtentwicklung des Standortes Burger Südstrand die Erweiterung ihrer Beherbergungskapazitäten. Eine Erhöhung des Bettenangebotes resultiert zum Einen aus der Errichtung eines Hotels der 4-Sterne-Kategorie mit Kongress- und Wellnessbereich mit rund 400 Betten sowie zum Anderen aus der Umwidmung eines der Appartementstürme in eine Hotelnutzung im 3-Sterne-Segment, mit dem ebenfalls eine Zusatzkapazität von weiteren 400 Betten zur Verfügung stehen soll.

Das vorliegende Kurzgutachten betrachtet die vorgesehene Planung vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Tragfähigkeit und Marktverträglichkeit für die Insel Fehmarn.

Die Untersuchungen stützen sich in erster Linie auf die im September 2003 der Stadt Fehmarn vorgelegten Ländlichen Struktur- und Entwicklungsanalyse des Instituts für Raum & Energie sowie eine für die Infrastrukturentwicklung am Burger Südstrand von Wenzel Consulting im September 2003 durchgeführte Bewertung.

Des Weiteren wurden für die Bearbeitung von der Stadt Fehmarn die Vorentwürfe der Bebauungspläne Nr. 54a und 54b inklusive Begründungen zur Verfügung gestellt.

1.2 Auftragsdurchführung

Die Basis für die Auftragsdurchführung bilden:

- Das Beratungsangebot von Wenzel Consulting Aktiengesellschaft vom 18. November 2003.
- Die Auftragserteilung vom 18. November 2003 durch Herrn Werner Radach, Mitglied des Vorstandes der IFA Hotel & Touristik AG, Duisburg.



Das Gutachten gliedert sich einschließlich des zusammenfassenden Fazits in insgesamt sechs Kapitel:

- Einleitend wird im zweiten Kapitel die Ausgangssituation am Standort Burger Südstrand sowie das Planungsvorhaben kurz skizziert.
- Das dritte Kapitel gibt einen Überblick zur Markt- und Wettbewerbssituation. Ergänzende Informationen zu den Charakteristika, Trends und Erfolgsfaktoren von Ferienimmobilien sind in Form eines Exkurses zu diesem Thema im Anhang beigefügt.
- Anhand von Referenzanlagen wird im sich anschließenden vierten Kapitel eine Auslastungsprognose für die geplante Erweiterung der Beherbergungskapazitäten nach Angebotsmodulen hergeleitet. Diese bildet die Basis für die Ermittlung der zusätzlich zu generierenden Ankünfte am Standort Burger Südstrand.
- Die mit der Weiterentwicklung des Standortes und der Erhöhung der Bettenzahlen verbundenen Effekte im Hinblick auf wirtschaftliche Wirkungen auf das Umfeld und die Insel Fehmarn sowie die zu erwartende Veränderung der Zielgruppenstruktur werden im Kapitel 5 kurz erläutert.
- Das Kurzgutachten schließt dann mit einem zusammenfassenden Fazit im sechsten Kapitel ab.

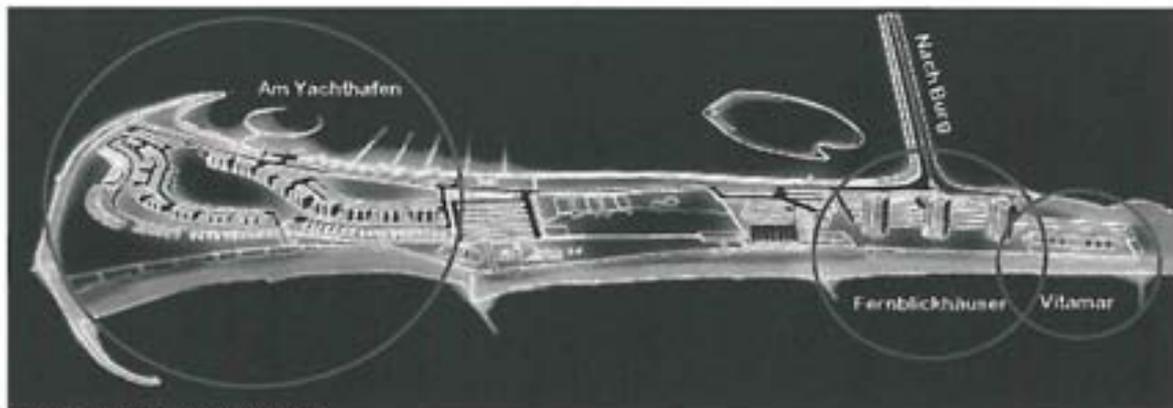


2 Die geplante Erweiterung der Bettenkapazitäten im IFA Ferien-Centrum Südstrand

2.1 Angebotssituation am Untersuchungsstandort

Das Beherbergungsangebot im IFA-Ferien-Centrum setzt sich aus 490 Wohneinheiten mit insgesamt 1.076 Betten zusammen, die auf drei Standorte verteilt sind:

- Am Yachthafen
- Fernblickhäuser
- Haus Vitamar



Quelle: www.ifa-fehmarn.de

Grundsätzlich ist die Beherbergungssituation der IFA am Südstrand durch folgende Merkmale gekennzeichnet:

- Im Vergleich zu den Wettbewerbern im Ferienparksegment geringe Bettenkapazität im touristischen Vermietungspool
- Quantitative Defizite in Bezug auf die Nachfragesituation im Ferienimmobilienmarkt (Auslastung)
- Hoher Anteil veräußerter Wohnungen im Bereich Yachthafen (jedoch z.T. in der Vermietung; abgestufte Vermietungsintensitäten aufgrund unterschiedlicher Qualitäten)
- Auffallend hoher Anteil kleiner Wohneinheiten, nur wenige Apartments verfügen über mehr als 45 m²
- Bindung vorhandener Bettenkapazitäten durch den Mutter-Kind-Bereich (östlicher Apartmentturm der Fernblickhäuser)



Die derzeitigen Wohneinheiten weisen folgende Kapazitäten auf:

Angebotsstruktur Ferienwohnungen IFA Fehmarn			
Name	Zimmer	Pers. (max)	Größe in m²
Fernblickhaus (vor kurzem Renovierung)			
Bernstein	2	4	48
Koralle	2	4	41
Seestern	1	4	40
Seepferdchen	1	4	31 - 34
Haus Vitamar (komplett renoviert 1998/99)			
Ostsee	3	6	54
Südstrand	3	4	43
Fehmarn	1	3	33
Am Yachthafen			
Bungalow	4	6	72
Kranich	2	6	49
Möwe	2	4	35
Haubentaucher	1	4	34
Strandläufer	1	4	29
Seeschwalbe	1	2	25

eingestellt bei www.b-planpool.de



Fernblickhäuser



Yachthafen

Insbesondere in Teilbereichen des Yachthafens sind die Außengestaltung und das Ambiente nicht als angemessen zu bezeichnen. Dies ist insofern problematisch, da seitens der Gäste i.d.R. nicht differenziert werden kann, ob sich die gebuchte Einheit im Eigentum der IFA befindet oder im Einzeleigentum. Negative Eindrücke und Erfahrungen werden grundsätzlich der IFA angelastet. Aufgrund der geringen Einflussmöglichkeiten auf die Einzeleigentümer



ist dieses Manko im Hinblick auf die weitere Entwicklung nur durch eine Ergänzung um zusätzliche Wohnangebote an anderer Stelle auszugleichen.

Hinsichtlich der Finanzierungsoptionen bedeutet dies, dass zwar eine Veräußerung an Einzelanleger denkbar ist, in diesem Fall jedoch klare vertragliche Regelungen hinsichtlich der Instandhaltung und der Ausstattungsqualität der Wohnungen bzw. Häuser getroffen werden müssen.

Im Appartementhaus Vitamar, das vor kurzem renoviert wurde, befinden sich u.a. die Physiotherapienutzungen, ein kleines Schwimmbad sowie Wellnessangebote, die ausschließlich den Gästen dieses Hauses zur Verfügung stehen. Die Wohneinheiten sind im Vergleich zu den anderen Standorten größer (bis 54 m²) und verzeichnen – nach Aussage der Direktion vor Ort – eine sehr starke Nachfrage.

2.2 Planungsvorhaben IFA Ferien-Centrum Südstrand

Die Planung der IFA Hotel & Touristik AG sieht eine Erweiterung der Bettenkapazitäten in zwei Bereichen der Standortweiterentwicklung vor:

Im Bereich Haus des Gastes soll ein Vier-Sterne-Hotel mit angegliederten Nebenflächen für Tagungs- und Wellnessbereiche entstehen. Die Kapazität ist auf 400 Betten ausgelegt.

Zusätzlich werden durch die Umwidmung eines der Appartementtürme, der derzeit für den Bereich Mutter-Kind-Kuren zur Verfügung steht, zu einem Hotelurm im Drei-Sterne-Segment weitere rd. 400 Betten geschaffen.

Die Erweiterung der Beherbergungskapazitäten geht einher mit der Weiterentwicklung der Infrastruktur am Standort Burger Südstrand, die eine Attraktivierung bzw. Neuerrichtung von Angeboten in den Segmenten witterungsunabhängige Aktivitäten, Gastronomie, Events/Veranstaltungen und Sport vorsieht. Außerdem soll das bestehende Meerwasserhallenbad, das nicht mehr zeitgemäß ist, attraktiviert und erweitert werden. Wichtige Bausteine stellen außerdem Wellnesskomponenten sowie gesundheits- und kurorientierte Angebote dar.



3 Markt- und Wettbewerbssituation

3.1 Ferienzentren

In den nachfolgenden Abschnitten werden die wichtigsten Anbieter im deutschen Ferienanlagenmarkt beschrieben. In einem Exkurs zum Marktsegment Ferienimmobilien sind weitere Einzelheiten zu den Charakteristika sowie Trends und Erfolgsfaktoren dargestellt. Dieser befindet sich im Anhang zu diesem Gutachten.

3.1.1 Die IFA Hotel & Touristik AG und andere Betreiberketten

Im Folgenden werden Referenzanlagen von Betreiber-Ketten in Deutschland betrachtet. Die auf dem deutschen Markt aktiven Betreibergruppen stammen – mit Ausnahme der IFA Hotel & Touristik AG – aus dem europäischen Ausland.

Dabei muss erwähnt werden, dass einige dieser Feriengroßanlagen klassische Kurzurlaubsziele sind und demnach nur teilweise mit der geplanten Erweiterung auf Fehmarn vergleichbar sind. Dennoch zeigen insbesondere diese Anlagen das Leistungs- und Qualitätsspektrum dessen auf, was Gäste in der Regel heute von einer modernen Ferienanlage mit entsprechenden Infrastrukturangeboten erwarten.

3.1.1.1 IFA-Ferienzentren

Die IFA Hotel & Touristik AG betreibt neben dem Untersuchungsobjekt des Ferien-Centrums Südstrand auf Fehmarn Ferienzentren an den deutschen Standorten Binz auf Rügen, Hohe Reuth/Vogtland sowie in Schöneck/Vogtland.

Die deutschen Anlagen bestehen aus Hotelzimmern und Appartements sowie „Vitarien“, bis zu 3.000 m² große Wintergärten mit verschiedenen Freizeit- und Gastronomieangeboten. Die Anlagen auf Rügen und im Vogtland verfügen zudem über ein Spaßbad. Auf Fehmarn wird der Bereich Wasserfreizeit über das benachbarte Meerwasser-Wellen-Hallenbad angeboten, das von den Kurbetrieben Burg betrieben wird.

Das **IFA Ferien-Centrum Südstrand** entstand in den 70er Jahren und wurde in den Jahren 1997 bis heute nahezu komplett saniert.



Insgesamt zählt es in der touristischen Eigenvermarktung 1.076 Betten (ohne Zustellbetten) in 490 Einheiten. Die Gesamtzahl der Betten wurde im Jahr 2000 noch mit 2.160 bei 530 Wohneinheiten angegeben¹. Grund dafür ist eine weitgehende Trennung des Reha-Bereiches für Mutter-Kind-Kuren von den rein touristischen Angeboten.

Der **IFA Ferienpark Rügen** verfügt über 140 Hotelzimmer in dem im Winterhalbjahr 1999/2000 von Grund auf sanierten Haus „Ostseeblick“ und insgesamt 1.190 Betten in den rund 550 Wohneinheiten. In dieser Anlage betrug das Bettenangebot 1971 bei Eröffnung insgesamt 1.800 Betten. 2001 wurde das Haus Strandidyll neu eröffnet. Das Objekt auf Rügen, das den größten Übernachtungsbetrieb der Insel darstellt, konnte seine Auslastung in den Jahren 1999 und 2000 auf einem auffallend hohen Niveau halten, während im Jahr 2001 ein Rückgang verzeichnet wurde.

Im Vergleich stellen sich die Auslastungsraten der drei IFA-Anlagen wie folgt dar.

Die Angaben sind der Fachzeitschrift NGZ, Ausgabe 05/2003 und 05/2002 entnommen. Grundsätzlich verdeutlicht die geringe Auslastung des Ferien-Centrums Burger Südstrand den dringlichen Handlungsbedarf am Standort.

Anlage	Anzahl Einheiten*	Anzahl Betten	Auslastung in %			
			1999	2000	2001	2002
Binz, Rügen	553 (140 HZ, 380 APP)	1.190	76,4	77,9	72,0	68,1
Burger Südstrand, Fehmarn	490	1.076	58,4	66,6	63,6	62,8
Hohe Reuth, Vogtland	321 (104 HZ, 223 FW)	1.030	64,0	70,4	72,3	71,6

Quelle: NGZ 1999 – 2003

* Angaben in Klammern: IFA Hotel & Touristik AG

3.1.1.2 Center Parcs (und ehemals Gran Dorado)

Center Parcs war lange Zeit europaweit der Marktführer von Ferienanlagen der zweiten Generation und einziger Anbieter innenorientierter Konzepte. Während in den holländischen und belgischen

¹ Quelle NGZ - Der Hotelier, 2001 und 2002



Anlagen des Betreibers begrenzt Tagesbesucher zugelassen sind, ist dies in England (zwei Anlagen) und in Bispingen, der bis heute einzigen Anlage in Deutschland, nicht oder nur nach Anmeldung gegeben. Seit 2002 entstand durch die Zusammenlegung von Center Parcs und Gran Dorado (Übernahme von fünf Parks durch Center Parcs, Übernahme von 33 Parks durch Landal GreenPark) ein neues Konglomerat von insgesamt 15 Parks, das durch das französische Unternehmen Pierre et Vacances betrieben wird.

Derzeit werden drei Marken unterschiedlicher Ausrichtung angeboten

- Center Parcs Original (10 Parks): Premiummarke
- FreeLife from Center Parcs (drei Parks im Landesinneren): eher preisbewusste Alternative
- SeaSpirit from Center Parcs (zwei Parks an der Küste): preisbewusste Alternative

Die erste eigene Anlage in Deutschland wurde 1995 in Bispingen nach diversen rechtlichen und baulichen Problemen eröffnet und wird heute unter dem Titel „Center Parcs Original“ geführt. Der gesamte Park verfügt über 3.510 Betten in 611 Bungalows (64 bis 96 m², 4 bis 8 Personen) und 69 Hotelzimmer auf einer Gesamtfläche von 83 ha.



Quelle Center Parcs

Das Kerneinzugsgebiet der Anlage ist Norddeutschland, gefolgt von den Neuen Bundesländern. Das Gros der Gäste (ca. 80 %) weist eine Verweildauer von drei bis vier Tagen auf, ca. 18 % reisen für eine Woche, lediglich zwei Prozent der Gäste für einen



Zeitraum von mehr als einer Woche an². Dies unterstreicht deutlich die Bedeutung der Parks als Kurzreiseziel.

Durch die Übernahme von Gran Dorado gehören auch der 1995 eröffnete, vollkommen neu gebaute heutige Free Life from Center Parcs Park Hochsauerland, Medebach (44 ha, 570 Ferienhäuser – 80 bis 120 m² – sowie 121 Hotelzimmer) und die Anlage ehemals Ferienpark Heilbachsee in Gunderath/Vulkaneifel, heute Free Life from Center Parcs Park Heilbachsee (460 Häuser mit 2.344 Betten) zum Portfolio des Anbieters.

In allen Anlagen des Unternehmens sind umfangreiche Nachinvestitionen getätigt worden, um einerseits die relativ einfach gestalteten Bungalows zu renovieren und im Standard (heute fünf Kategorien bis zum VIP-Bungalow) anzuheben und andererseits vor allem neue Freizeit- und Erlebnisattraktionen in den Herzstücken der Anlagen, den sog. „Park Plazas“, zu schaffen. In diesen werden Showprogramme für Erwachsene und Kinder durchgeführt. Dem von den Beneluxländern (überbesetzter Markt im Bereich Ferienparks mit witterungsunabhängiger Infrastruktur) ausgehenden Preisverfall hat sich Center Parcs in den vergangenen Jahren durch diese aufwendige Reattraktivierungs- und Qualitätsoffensive weitgehend entzogen.

Bei der Produktgestaltung von Center Parcs ist immer mehr eine Verschmelzung klassischer Feriendorf-Produkte mit Freizeitpark-elementen erkennbar, v.a. an weniger attraktiven Mikrostandorten wie z.B. im niederländischen Park „De Kempervennen“, der heute mit dem nahegelegenen Indoor-Skizentrum kooperiert.

Die Belegung der bisherigen Parks (ohne ehemalige Anlagen von Gran Dorado) liegt nach offiziellen Angaben des Unternehmens 2001/2002 über alle Anlagen auch weiterhin bei einer Größenordnung von rund 90 bis 95 % (3,2 Mio. Gäste und 13,7 Mio. Übernachtungen), wobei ein Gesamtumsatz von rund 500 Mio. EUR erzielt werden konnte (Steigerung gegenüber 1998/99 um 28 %).

Die bisherigen Parks von Gran Dorado in Gunderath und Medebach konnten 2002 Auslastungsraten von über 70 % erzielen, dies bedeutet eine deutliche Steigerung gegenüber dem Vorjahr im Park in Gunderath (+10 %), wobei insbesondere im letztgenannten Park

² Quelle: diverse Veröffentlichungen von Center Parcs 2001 - 2003



deutliche Umsatzrückgänge im Bereich Logis bzw. eine Reduzierung des Nettozimmerpreises zu verzeichnen war.

Kernzielgruppe ist auch weiterhin die Familie mit Kindern, es ist allerdings auch zunehmend ein Trend zu kinderlosen Paaren und Gruppen erkennbar. Durch die Produktgestaltung (z.B. 2-Bett-Bungalows) und entsprechendes Marketing werden diese Zielgruppen speziell angesprochen.



Quelle: ehemals Gran Dorado Medebach, heute Free Life from Center Parcs Park Hochsauerland

Die Entscheidungen über die Realisierung neuer Projekte wurden – auch durch die Verschmelzung mit Gran Dorado – zugunsten von Erneuerung und Renovierung bestehender Anlagen verschoben.

3.1.1.3 Landal GreenParks

Das Unternehmen wurde 1954 gegründet und verfügt heute über mehr als 50 Parks in Europa. 1996 wurde Landal Green durch die Indofin-Gruppe und Charterhouse Development Capital übernommen. Seit diesem Zeitpunkt verfolgt die Gruppe eine langfristig angelegte Strategie zur Stärkung des Managements, Einführung von Informations- und Reservierungssystemen, Einbindung von Restaurants und Shops und die Einführung des neuen Namens, den Beginn des Bungalow-Verkaufs sowie eine Expansion durch Managementverträge, Fortsetzung des Bungalow-Verkaufs und stärkere Entwicklung des deutschen Marktes.

Während bei Center Parcs der Schwerpunkt auf einem umfangreichen Freizeitangebot liegt, ist dieser bei Landal Green mit den Begriffen „Natur, Ruhe, Weite und Erholung“ zu umschreiben. Die



Freizeitinfrastruktur ist bei den Anlagen dementsprechend auch vergleichsweise gering dimensioniert.



Quelle: Landal GreenParks, 2001

Im September 2001 übernahm die Gruppe insgesamt 33 niederländische und belgische Parks des Konkurrenten Gran Dorado auf Basis von Managementverträgen. Grund für die Übernahme war eine Anordnung der niederländischen Wettbewerbsbehörde aufgrund der massiven Marktmacht, die durch die Übernahmen von Gran Dorado und Center Parcs durch die französische Gruppe Pierre et Vacances entstanden ist.

Die deutschen Anlagen befinden sich v.a. in Rheinland-Pfalz und dem Saarland (Saarburg, Leiwen, Kröv, Kell am See und Wirftal).

Einige der Ferienparks verfügen über einen Campingplatz, was für Ferienanlagen in Deutschland eher als untypisch angesehen werden kann. Ein Grund dafür ist u.a. das Image, was Camping häufig noch anhaftet (Betreiber von Ferienanlagen befürchten nachteilige Folgen). Allerdings bringt die Kombination Camping und Feriendorf vielfältige Synergieeffekte mit sich, vor allem in der Nutzung der Freizeitinfrastrukturangebote und der Gastronomie.

Kernzielgruppen von Landal Green sind v.a. junge Familien mit Kindern bis vier Jahren, Familien insgesamt (vor allem in der Hauptsaison und an den Wochenenden) und die Altersgruppe ab 55 Jahren. Etwa 75 % der Bungalows werden direkt vermietet, die übrigen 25 % werden durch Reiseveranstalter, Ketten, regionale Reisebüros oder Clubs sowie Firmenabkommen generiert.



3.1.1.4 Sarcon Ferienanlagen

Als Vergleich zu diesen Anlagen soll an dieser Stelle die dänisch-deutsche Gruppe Sarcon genannt werden. Die Gesellschaften der 1980 in Hamburg gegründeten Sarcon Gruppe beschäftigen sich auf Dienstleistungsbasis mit der Entwicklung, Vermarktung und dem Betrieb von Ferien- und Freizeitanlagen in Deutschland und Dänemark. Des Weiteren erfolgen erste Entwicklungen in den benachbarten östlichen Ländern Ungarn, Slowakei und Polen. Sie betreut insgesamt 22 Ferienanlagen mit rund 10.000 Betten, davon neun „Danland“-Ferienparks mit und ohne Badelandschaft in Dänemark, zwei „Sarcon-Parks“ in Deutschland ohne Schwimmbad und vier Appartementanlagen auf Rügen mit mehr als 500 Wohneinheiten.

Die älteren existierenden Anlagen der Sarcon-Gruppe in Deutschland (Kronenburger See und Grafschaft Bentheim) sind Feriendörfer der ersten Generation und vergleichsweise „kleine“ Anlagen mit begrenztem Infrastrukturangebot, das vor kurzem jedoch erweitert und deutlich modernisiert wurde.

Der Sarcon Ferienpark Kronenburger See in Dahlem-Kronenburg in der Nordeifel wurde 1984 in Holzbauweise errichtet und umfasst 130 Ferienhäuser, Zentralgebäude mit Restaurant, Hallenbad, Rezeption und Shop. 1995 wurde der Ferienpark an einen holländischen Investor verkauft, der den Abverkauf der Ferienhäuser beabsichtigte. Zum Frühjahr 2000 wurde der Park mit einem Aufwand von ca. 2,5 Mio. EUR von Grund auf modernisiert. Dies umfasste sowohl die Innengestaltung der Häuser, aber auch die Außenbereiche der Anlage sowie den Zentralbereich.

Die neueren Anlagen umfassen ein größeres Angebot an Freizeitinfrastruktur, das jedoch zumeist nicht durch das Unternehmen selber betrieben wird.

Eine Bearbeitung touristischer Sondermärkte, die von anderen Anbietern zunehmend gesucht werden, erfolgt auch bei diesem Unternehmen, so dass vor dem Hintergrund der Saisonalität bzw. saisonalen Verfügbarkeit der Hauptzielgruppen Familien mit Kindern und der demographischen Veränderungen der Bevölkerung auch hier neue Zielgruppen angesprochen werden.



Eine Reihe von innovativen und größeren Projekten wurde in den vergangenen Jahren eröffnet bzw. befindet sich noch in Planung. So eröffnete Ende 1999 direkt gegenüber der Rügenresidenzen in Sellin das Erlebnisbad Nemo mit einer Wasserfläche von 570 m², Saunalandschaft, Gastronomie, Fitness- und Ruhebereich, Solarium und Massage. Des Weiteren wurde 2001 in Ueckermünde eine Lagunenstadt mit 320 Ferienwohnungen, 400 Bootsliegendeplätzen sowie weiterer Freizeitinfrastruktur realisiert.



Quelle: Sarcon Ferienpark Ueckermünde und Lalandia, DK

Für 2004 ist die Realisierung des Hafendorfes Rheinsberg mit Hotel (Umsetzung zu einem späteren Zeitpunkt) und Freizeitinfrastruktur geplant, für das im Frühjahr 2003 der Grundstein gelegt wurde. Das Projekt stellt eines der großen Projekte in den Neuen Bundesländern dar und umfasst folgende Bausteine: Hotel (378 Zimmer und Suiten), Veranstaltungsarena und Ferienhäuser eingebettet in einer Marina mit 400 Liegeplätzen.

Die Vermietung und Betreuung der an Einzeleigentümer verkauften Ferienhäuser wird durch Sarcon gewährleistet, während der Kooperationspartner IFA Hotel & Touristik AG für das Hotel sowie für die Veranstaltungsarena verantwortlich ist. Die ersten Ufer-Ferienhäuser werden nach den derzeitigen Planungen bereits in diesem Jahr übergeben und im nächsten Jahr für die Vermietung zur Verfügung stehen.

3.1.1.5 Upstalsboom

Die Upstalsboom Hotels + Freizeit GmbH & Co. ist Betreiber und derzeit Marktführer an Ost- und Nordsee mit heute rund 57 Anlagen im Bestand. Das Unternehmen gehört zur W.H. Janssen-Gruppe, die auch im Bauträger-, Immobilien- und Finanzierungsbe-



reich tätig ist. Die betriebenen Objekte befinden sich im eigenen Besitz oder im Besitz von Eigentümergesellschaften.

Das Unternehmen betreibt Ferienhotels und Ferienwohnungen bis zu 200 Zimmern im 3- bis 5-Sterne-Segment sowie Stadthotels mit bis zu 200 Zimmern im 3- und 4-Sterne-Segment. Räumlicher Schwerpunkt der Aktivitäten ist derzeit noch die Nordsee, wobei zunehmend auch neue Standorte an der Ostseeküste erschlossen werden. Dazu gehören u.a. die 4-Sterne-Anlagen auf Usedom in Ahlbeck (Fewo Inselstrand), Heringsdorf (Upstalsboom Hotel Ostseestrand, Upstalsboom Villa Am Ostseestrand, Fewo Villa Aegir, Fewo Strand-Park, Fewo Seehof) und Bansin (Fewo Seehof).

Bei einem Gesamtumsatz von 29,6 Mio. EUR im Jahr 2002 konnte eine durchschnittliche Zimmerbelegung von 60,9 % erreicht werden.

3.1.2 Ferienparks an der schleswig-holsteinischen Ostseeküsten

Neben den beschriebenen Anlagen der Kettenbetreiber in Deutschland sind als relevante Wettbewerber des IFA Ferien-Centrums vor allem die bestehenden und geplanten Ferienparks an der schleswig-holsteinischen Ostseeküste zu betrachten

3.1.2.1 Ferienpark Damp

Das Projekt „Damp 2000“ wurde als „Ferienzentrum der 1. Generation“ zu Beginn der 70er Jahre im damals typischen Hochhausstil mit 30 Hotelzimmern und 390 Apartments sowie zwei weiteren Hochhäusern mit Reha-Kliniken direkt am kurtaxfreien Strand errichtet. Im Bauträgermodell wurden auf einem rückwärtigen Gelände 292 Ferienhäuser im „Nurdach“-Stil realisiert.



Quelle: Damp und www.sh-tourist.de, 2001



Im Bereich der Infrastruktur, die zum Teil erst in den 80er und 90er Jahren errichtet wurde, stehen den Gästen heute diverse Angebote zur Verfügung: z.B. Subtropisches Erlebnisbad „Aqua Tropicana“, Meerwasser-Wellenbad, Sauna, Kur- und Wellnessangebote, Yachthafen für 440 Boote, Bootsschule für Segeln, Surfen und Motorboot, eigener Strand (3,2 km lang), Sportanimation, Reiterhof mit zwei Reithallen, diverse Events etc.

Das Feriencentrum Damp bietet im Hotel- und Ferienwohnbereich knapp 2.500 Betten in 714 Wohneinheiten. Die Belegung der Anlage liegt derzeit bei ca. 70 %, wobei im Jahr 2002 aufgrund diverser Umbauarbeiten nur ca. 61 % generiert werden konnten. Seit 2001 ergänzt ein Vital Centrum auf rd. 3.000 m² mit Zielgruppe gehobene Klientel (Wellness, Fitness und individuelle Medizin-Prävention) das Angebot. Insgesamt wurden rund 38,3 Mio. EUR in die Modernisierung der 30 Jahre alten Anlage investiert.

Verändert wurden die Optik, Infrastruktur und ein neues „Ostsee-hotel“. Des Weiteren wurden die gastronomischen und hafennahen Infrastrukturangebote verbessert sowie der Komfort in 300 Ferienhäusern erhöht.

Mit dem Spatenstich im November 2003 werden bis voraussichtlich Frühjahr 2005 die Außenanlagen des Ortes neugestaltet. Die zentralen Ziele der Neugestaltung sind nach Darstellung der Damp Holding die Stärkung der touristischen Infrastruktur, Steigerung der Aufenthaltsqualität, Schaffung hochwertiger Grünflächen und die weitere Umsetzung des Wellnessgedankens. Ein Schwerpunkt des Konzepts ist es, in Damp „das Meer auf vielfältige Weise erlebbar zu machen“. Der südliche Kurpark wird zu einem Garten der Sinne umgestaltet und umschließt dann einen Duft- und einen Klanggarten. Der nördliche Kurpark erhält Aktivitätsbereiche wie eine Gymnastikwiese, einen Abenteuerspielplatz und einen Grillplatz. Der Damp Markt, die Hafenspitze und der Hafenblick sollen ebenfalls attraktiver und moderner gestaltet werden. Das Verkehrsberuhigungskonzept soll fortgeschrieben und die Zahl der Parkplätze um 103 reduziert werden. Das Land Schleswig-Holstein fördert die Neugestaltung der kommunalen Außenanlagen des Ostseebades Damp zu 50 Prozent mit rund 1,4 Mio. Euro, der Restbetrag der Investition wird von der Unternehmensgruppe Damp getragen.



3.1.2.2 Ferienpark Weissenhäuser Strand

Der Ferienpark in der Gemeinde Wangels ist am gleichnamigen Strand gelegen und weist sowohl vom Entstehungsdatum als auch der Geschichte der Anlage eine ähnliche Konstellation wie die Anlage in Damp auf. Die Wohneinheiten bestehen aus:

- 3-geschossigen Appartementhäusern mit ein bis drei Zimmern und einer Wohnfläche von 20 bis 70 m²,
- Doppelbungalows mit 44 m² Wohnfläche für vier Personen,
- Bungalows mit 91 m² Wohnfläche für bis zu acht Personen,
- Garten-Appartements mit einer Wohnfläche von 80 m²,
- und Hotelzimmern

Insgesamt verfügt die Anlage über 1.200 Wohneinheiten mit 4.000 Betten und ist damit die größte Ferienanlage Deutschlands.

Die Infrastrukturangebote umfassen u.a. ein subtropisches Bade-paradies, Dünenbad (ruhiges Schwimmbad mit Wellnessangeboten), „Dünenpassage“ (überdachte Passage mit Kneipen und Restaurants), Freizeithalle mit Bowling- und Kegelbahnen, Billard, Pit-Pat, Air-Hockey etc.

Große Teile der Anlage wurden im Winterhalbjahr 2001/2002 renoviert. Dazu gehören u.a. eine Erweiterung des subtropischen Bade-paradieses (modernisierte Dachsauna mit finnischer Sauna, Sana-rium, Aufguss-Sauna, römisches Dampfbad, Rutsche mit 150 m Länge etc.), eine Ergänzung des Sport- und Spielcenters sowie des Spielparadieses um eine Veranstaltungsscheune und eine In-door-Trampolinanlage, Bowling, die Erneuerung der Ladenpassage, die Vergrößerung der Dünenpassage und die Ergänzung um einen Wellness- und Fitnessbereich in Verbindung mit dem Strandhotel.

Ebenso wie die Anlage in Damp wird auch die Anlage Weissenhäuser Strand von einer kettenunabhängigen Betriebsgesellschaft geführt und konnte 2002 eine Auslastung von rund knapp 71 % erreichen (2000: 63,7 %).



3.1.2.3 Geplante Ferienparks an der schleswig-holsteinischen Ostseeküste

Neben den bestehenden Wettbewerbern sind darüber hinaus Neuplanungen zu berücksichtigen, die den Markt beeinflussen können. Im Folgenden werden die derzeit bekannten Planungen an der schleswig-holsteinischen Ostseeküste kurz aufgezeigt. Die Angaben wurden von Seiten der potenziellen Betreiber/Investoren genannt bzw. in der Presse veröffentlicht.

- **Sierksdorf**

Der Hansapark in Sierksdorf plant die Erweiterung des bestehenden Freizeitparks, der jährlich rund 1,1 Mio. Besucher generiert, um ein thematisiertes Feriendorf. Auf einem 10 Hektar großen Gelände sollen nach Angaben des Betreibers 86 Häuser im Stil verschiedener Ostseeanliegerstaaten entstehen. Das sogenannte „Mare Balticum“-Feriendorf soll rund 10 Mio. EUR kosten. Die Realisierung wird bis zum Jahre 2005/2006 angestrebt.

- **Lübeck-Travemünde/Priwall**

Auf dem Priwall soll eine Freizeit- und Ferienanlage mit Marina entstehen. Als mögliche Standorte stehen ein Areal auf der Halbinsel Priwall sowie ein am Gelände der ehemaligen Seebadeanstalt Mövenstein zur Verfügung. Die Realisierung ist zur Zeit noch offen.

- **Neustadt/Pelzerhaken**

Auch die Stadt Neustadt plant die Entwicklung eines Ferienzentrums in Pelzerhaken. Das Konzept, das auf einer 25 ha großen Fläche in unmittelbarer Seelage am Ortsrand von Pelzerhaken entstehen soll, sieht u.a. ein Familienhotel und zwei familiengerechte Ferienhausanlagen mit ca. 140 Ferienhäusern vor. Ergänzend sind ein Surfzentrum mit Sport- und Veranstaltungsplatz sowie die Errichtung komplementärer Freizeitinfrastruktureinrichtungen vorgesehen. Im zentralen Versorgungsbereich, der als Dorfplatz gestaltet werden soll, sollen Einzelhandelsgeschäfte, Restaurants und Cafés angesiedelt werden. Mit der touristischen Entwicklung werden zusätzlich Wohngebiete ausgewiesen. Auch hier gibt es bis auf die Ausweisung von Neubaugebieten noch keine konkrete Umsetzung des Planungsvorhabens.



3.2 Hotel

3.2.1 Beherbergungsmarkt Insel Fehmarn

Der Beherbergungsmarkt der Insel Fehmarn ist durch kleinteilige Anbieterstrukturen dominiert. Während die amtliche Statistik der gewerblichen Betriebe mit mehr als acht Betten ein Gesamtübernachtungsaufkommen für das Jahr 2002 von rd. 1,1 Mio. ausweist, geht die Kurverwaltung Stadt Fehmarn von einem mindestens doppelt so hohen Gesamtaufkommen inklusive Camping, Kleinbetriebe und Privatübernachtungen aus.

Im Segment der Hotellerie weist die LSE-Studie (Ländliche Struktur- und Entwicklungsanalyse) aus September 2003 lediglich 15 Hotels für die Insel Fehmarn aus und verweist damit auf eine sehr schwache Struktur im Hotelsektor. Lediglich die Hälfte der vom Institut Raum und Energie erfassten Betriebe verfügt über mehr als 10 Zimmer. Eines der Hotels ist mit vier Sternen, zwei mit drei und eines mit zwei Sternen ausgezeichnet. Dabei ist anzumerken, dass das mit vier Sternen werbenden Hotels aufgrund der Größe und Ausstattung keinen bedeutenden Wettbewerber zum Planungsvorhaben der IFA darstellt.

Die Übernachtungsmöglichkeiten auf der Insel sind nach dem Ergebnis der Analyse überwiegend im Niedrigpreissegment angesiedelt. Die Gutachter bemängeln die Qualität und die fehlende einheitliche Klassifizierung der Beherbergungsbetriebe. Damit teilt das Institut Raum & Energie die Auffassung von Wenzel Consulting, dass auf der Insel hochwertige Hotelkapazitäten fehlen. Der Bedarf wird mit mindestens ein bis zwei Betrieben angegeben, für die ein qualifizierter Betreiber zu suchen ist.

3.2.2 Geplante Hotelprojekte an der schleswig-holsteinischen Ostseeküste

Neben den Planungen im Ferienparksegment werden der Vollständigkeit halber auch bekannte Planungen im Hotelmarkt erfasst. Diese sind nach derzeitigem Kenntnisstand:



▪ Grömitz

Seaside-Resort: Inmitten des touristischen Zentrums, direkt an der Promenade gelegen, steht eine Fläche (ehem. Freibadgelände) zur Verfügung, die einer neuen Nutzung zugeführt werden soll. Hier soll eine Hotelanlage (4*+) mit etwa 150 Doppelzimmern und Suiten, Gastronomieeinheiten und einem Konferenzzentrum entstehen. Weitere Nutzungen sind in den Bereichen Wellness und Beauty sowie Sport vorgesehen. Eine kleine Shopping-Mall mit verschiedenen Boutiquen, ein Internetcafé, Veranstaltungsräume und eine attraktiv gestaltete Außenanlage sollen das Angebotsspektrum ergänzen.

Golf & Yachting Resort: Der in Grömitz vorhandene Yachthafen mit knapp 800 Liegeplätzen soll ebenfalls touristisch weiterentwickelt werden. Angedacht ist eine sogenannte „Marina-City“ mit Grand-Hotel, Markthalle, Restaurants, Bars und Cafés. Die befestigte Uferstraße soll zu einer begrünten Hafepromenade mit Alleecharakter umgestaltet werden. Ergänzend zum Thema Wassersport ist eine Golfakademie sowie ein Golfodrom mit 3 Kurzbahnen geplant.

Die Realisierungswahrscheinlichkeit kann zur Zeit nicht eingeschätzt werden. Ein gültiger B-Plan existiert derzeit noch nicht.

▪ Kellenhusen

TUI-Dorfhotel: In Kellenhusen ist die Ansiedlung hochwertiger Beherbergungskapazitäten geplant. Aufgrund der dörflichen Prägung Kellenhusens mit nur wenigen größeren Bauten soll dies auch in der Konzeption neuer Beherbergungseinrichtungen Berücksichtigung finden. Neben einem Zentralgebäude sollen in rund 40 Appartementhäusern insgesamt 500 Betten zur Verfügung stehen. Entsprechend der Hauptzielgruppe sind ein Jugendclub und ein Family Entertainment Center sowie verschiedene Gastronomieeinrichtungen in die Anlage integriert.

Hotel Strandpromenade: Das an der Strandpromenade in Kellenhusen geplante Hotel ist auf die Themen Wellness und Tagungen ausgerichtet. Es soll auf dem Gelände des Freibades und der angrenzenden Liegewiese entstehen und bei Bedarf auch die Flächen des Kurzentrums einbeziehen. Bei einem Abriss des Kurzentrums würden die derzeitig wahrgenommenen Funktionen in das Hotel integriert werden. Dort sind neben einem etwa 700 qm großen



Wellnessbereich verschiedene Tagungsräume und etwa 120 Doppelzimmer geplant.

Beide Projekte wurden auf Machbarkeit geprüft. Derzeit finden Gespräche mit potenziellen Investoren statt.

▪ **Dahme**

Auch die Gemeinde Dahme plant die Realisierung eines Hotelprojektes im 3-Sterne+-Bereich mit kleinem Wellnessbereich. Die Kapazität soll auf maximal 300 Betten ausgerichtet sein. Ein B-Plan wurde bereits erstellt, die Realisierung soll zeitnah erfolgen.

Angesichts der Vielzahl von Hotelprojekten in der Region mit ähnlicher Angebotsstruktur und Zielgruppenausrichtung hat die Landesregierung eine Feinabstimmung und klare Positionierung der Projekte gefordert, an der derzeit in den Kommunen gearbeitet wird.

3.3 Bewertung der Wettbewerbssituation

Die Darstellung der Wettbewerber in der Region macht deutlich, dass bereits heute eine Vielzahl auch qualitativ hochwertiger Angebote vorhanden ist und durch die Umsetzung der angedachten Planungen dieser Wettbewerb noch verstärkt wird.

Zu den relevanten Wettbewerbern im Segment Ferienwohnungen an der Ostseeküste zählen Damp und Weissenhäuser Strand. Beide Anlagen haben ihr Angebot durch umfangreiche Investitionen und Neuerungen sowohl qualitativ als auch im Hinblick auf die Angebotsbreite und Ausrichtung verbessert. Auch zukünftig ist von weiteren Attraktivierungs- und Erweiterungsmaßnahmen sowohl im Beherbergungs- als auch Infrastrukturbereich auszugehen.

Um die Marktfähigkeit des IFA Ferien-Centrums Südstrand nachhaltig sicherzustellen, ist, wie eingangs dargestellt, eine deutliche Qualitäts- und Angebotsverbesserung erforderlich. Mit der vorgesehenen Ausweitung der Infrastruktur und Ergänzungen im Gesundheits- und Wellnessbereich wird den wachsenden Ansprüchen der Nachfrager Rechnung getragen. Zur Sicherung der Marktstellung und wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Gesamtkonzeptes ist gleichzeitig eine Ausweitung der Beherbergungsfazilitäten zwingend notwendig.



Angesichts der Qualitätsdefizite im Beherbergungsbereich der Insel Fehmarn und der positiven Marktchancen im gehobenen Hotelsegment ist eine Erweiterung der Kapazitäten im Ferien-Centrum um ein 4-Sterne Hotel als sinnvoll zu bewerten. Der Standort würde durch die Realisierung aufgewertet und könnte zusätzlich neue Zielgruppen für die Insel Fehmarn erschließen.

Die beschriebenen Hotelplanungen an der Ostseeküste sind im Zusammenhang mit der proklamierten Qualitätsoffensive des OstseeFerienlandes (Marketingverbund der Gemeinden Grömitz, Kellenhusen, Dahme und Achterland) zu betrachten. Im Rahmen der Gesamtentwicklung soll das Profil der Region als familienfreundliches Urlaubsziel geschärft und als Ganzjahresziel verstärkt auch ältere, zahlungskräftige Zielgruppen angesprochen werden.

Im Wettbewerb der Urlaubsorte in der Region muss auch die Insel Fehmarn durch entsprechende Maßnahmen auf die Trends im Markt reagieren. Die Planungen am Standort Burger Südstrand können dabei einen wichtigen Beitrag zur touristischen Weiterentwicklung leisten.

4 Ermittlung der Auslastung der Beherbergungsbereiche und Ankünfte

Gemäß der vorgestellten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die zu erzielenden Auslastungsraten der zusätzlich angedachten Beherbergungseinheiten bestimmt. Die Herleitung stützt sich im wesentlichen auf Marktdaten ausgewählter Referenzanlagen.

4.1 Hotel

Zur Beurteilung eines Hotelangebotes der 4-Sterne-Kategorie mit rund 400 Betten werden Vergleichsanlagen herangezogen, die aufgrund ihrer Lage und Angebotsstruktur ähnliche Kundensegmente ansprechen. Hierzu zählen Angebote, wie das Cliff-Hotel in Sellin auf Rügen, das Hotel Neptun in Warnemünde, die Maritim Hotels in Travemünde und Timmendorfer Strand oder auch das Baltic Sport- und Ferienhotel in Zinnowitz auf der Insel Usedom.

Einen Angebotsüberblick über die ausgewählten Referenzen gibt die nachfolgende Tabelle:



	Cliff Hotel Sellin - 4* (Superior)	Hotel Neptun Warnemünde - 5*	Baltic Sport- und Ferienhotel Zinnowitz - 3*	Maritim Strandhotel Travemünde - 4*	Maritim Golf- und Sporthotel Timmendorfer Strand - 4*
Adresse	Siedlung am Wald 18588 Ostseebad Sellin Tel: 0800/2843348 Besitzer: Abacus Liegenschaften GmbH & Co Cliff-Hotel Rügen KG	Seestraße 19 18119 Rostock-Warnemünde Tel: 0381/777777	Dünenstraße 17464 Zinnowitz/ Insel Usedom Tel: 0383/7770791	Trelleborgallee 2 23570 Lübeck-Travemünde Tel: 04502/690	An der Waldkapelle 28 23888 Timmendorfer Strand Tel: 04503/6070
Lage	Hotel liegt zwischen der Ostsee und dem Selliner See	Hotel liegt direkt am Strand	Direkt am Strand gelegen	Direkt am Strand und der Travemündung gelegen	Auf einer leichten Anhöhe in der Nähe vom Strand
Zimmer/ Betten	262 Zimmer/545 (111 App., 116 EZ und DZ, 27 Fewo und 6 Suiten)	338 Zimmer/567 Betten NEU: 2 Wellness-Etagen mit spez. Angeboten	332 Zimmer/762 Betten	240 Zimmer/465 Betten	241 Zimmer/467 Betten
Ausstattung	Relax-Wellness (2.000 m²) 25 m Schwimmbad, Sessel-Dampfbad, Finneiche und Kräuter-Dampf-Sauna, Kneippenwendungen, Soft-Pack-Anwendungen (Thalasso, Fango, Rügener Kneidel, Barbor-Spa Beauty-Cass, Fitness	Thalasso-Vital-Center „Arkona Spa“ (2.400 m², ehemals nur 1.500 m²) mit Meerwasser-Schwimmbad, Saunen und Dampfbad, Ruhezonen, Solarien, mentale Entspannungsoase, Beauty-Farm, Fitness, Gymnastik (wöchentlich 30 Gymnastikkurse), Physiotherapie, Baderarzt.	Beautyfarm, Fitness-Center mit Sauna, Arztpraxis für Allgemein- und Sportmedizin, Physiotherapie, Kneipp'sches Tretbecken, Boutiquen, Friseur, Galerie für Moderne Kunst.	Kegelbahnen, Schwimmbad, Sauna, Solarium, Schönheitsfarm, 36-Loch-Golfanlage, Friseur, Boutique	2 x 18-Loch-Golfanlage, 4 Tennisplätze, Sportplatz, Kegelbahnen, Fitness, Indoor- und Outdoor-Schwimmbad, „Forum für Entspannung“ mit Massage, Reiki, Shiatsu, Regenerationsprogramme, Boutique
Preise in EUR (2002) inkl. MwSt. (Vor-/Nach- Hauptseason) Tagespreise	- DZ: 112 - 118 / 142 - 143 - EZ: 72 - 218 / 102 - 218 - Suite: 230 / 230 - App.: 133 / 179 - Fewo: 92 - 153 / 138 - 184 - Alle Preise inkl. MwSt., Bad, Relax-Wellness-Welt, Saunen und Frühstück (Fewo ohne Frühstück)	- DZ: 73 - 128 - EZ: 87 - 159 - Panoramazimmer: 97 - 147 - Junior-Suite: 110 - 180 - Alle Preise inkl. MwSt. und Frühstück, Arkona Spa	- DZ: 80 - 92 / 100 - 114 - EZ: 65 - 73 / 78 - 88 - App.: 145 / 195 - Penthousesuite: 125 / 155 - Alle Preise inkl. MwSt. und Frühstück	- DZ: - EZ: - Alle Preise inkl. MwSt. und Frühstück	- DZ: - EZ: - Alle Preise ohne MwSt. und Frühstück
Gastronomie	Restaurant Seeterrassen, Grill Bar Casablanca, Cliff-Bar	Fisch- und Seafoodrestaurant, Hotelrestaurant, Neptuns „M“, Sky-Bar, Café Panorama, Lobby-Bar, Neptun-Grill	Brasserie mit Bistro und Caféterrasse, Restaurant, Pub, Nachtbar	Restaurant „Über den Wolken“ in 125 m Höhe, Ostsee Restaurant, Night Sailer Bar, Bierstube, Pub	Ostseerestaurant, Timmy's Bar, Englischer Pub
Tagung/ Konferenz	Tagungsräume mit 8 Räumen, max. 250 Pers.; Veranstaltungsräume für bis zu 300 Pers.	Tagungsräumen mit mehreren Räumen, max. 800 Pers., ca. 1.200 m² unterschiedlich aufteilbar	Baltic-Conference-Center: Tagungsräume, ca. 500 m², bis max. 350 Pers.	Kongresszentrum mit mehreren Tagungs- und Konferenzräumen, max. 1.800 Pers.	Tagungs- und Veranstaltungssaal bis 250 Pers., 9 weitere Konferenzräume
Sonstiges Angebot		Dietothek Salsafos, PRO CARE-Ernährungsprogramm	Direkter Zugang zur „Bernsteintherme“ mit Außen Schwimmbad, Solebad, umfangreichen Saunenbereich, Vitalbad	Direkter Zugang zum Strandbad „Aqua Top“ (Bad ist geschlossen, lediglich die Sauna ist noch geöffnet)	



Das geplante 4-Sterne-Hotel im IFA-Ferien-Centrum sollte sich auf einem ähnlichen Niveau am Markt positionieren wie die aufgeführten Wettbewerbsanlagen.

Auch die, in diesem Zusammenhang nicht weiter aufgeführten Angebote in Damp und am Weissenhäuser Strand, weisen eine ähnliche Ausrichtung auf. Das Ostseehotel (3*-Plus) im Ferienpark Damp verfügt über 438 Zimmer, das Strandhotel (4*-Standard) am Weissenhäuser Strand über 184 Zimmer. Das Strandhotel war im Betriebsjahr 2000 zu 75 % ausgelastet (Angabe Betreiber), während die Apartments nur eine Auslastung von 65 % aufwiesen.

Die folgende Tabelle gibt die Auslastungsraten der Wohneinheiten der Referenzhotels für die Jahre 2001 und 2002 wieder und zeigt gleichzeitig die prozentualen Anteile der Bereiche Logis, Gastronomie und Sonstiges am Gesamtumsatz sowie die erzielten Nettoumsätze je Zimmer bzw. Wohneinheit auf.

Hotel		Anzahl			2001			Anteil am Umsatz		
Name	Ort	Sterne	Zimmer/ WE	Betten	Auslastung WE	Preise netto**	Umsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil Logis	Anteil F&B	Anteil Sonstiges
Baltic Sport- und Ferienhotel	Zinnowitz	3*	332	762	56,0%	49,00	6,1	51,0%	38,0%	11,0%
Cliff, Sellin	Sellin	4*	292	553	54,5%	75,00	8,7	45,0%	42,0%	13,0%
Maritim Strandhotel	Travemünde	4*	240	480	56,2%	81,00	8,5	47,1%	48,1%	8,8%
Maritim Golf- und Sporthotel	Timmendorfer Strand	4*	241	480	51,8%	92,00	8,4	50,1%	45,4%	4,5%
Hotel Neptun	Warnemünde	5*	338	567	69,5%	90,00	17,5	44,2%	40,9%	14,9%
Hotel		Anzahl			2002			Anteil am Umsatz		
Name	Ort	Sterne	Zimmer/ WE	Betten	Auslastung WE	Preise netto**	Umsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil Logis	Anteil F&B	Anteil Sonstiges
Baltic Sport- und Ferienhotel	Zinnowitz	3*	332	762	64,2%	50,00	7,1	52,6%	37,1%	10,3%
Cliff, Sellin	Sellin	4*	292	553	53,1%	81,00	8,9	48,4%	41,9%	11,7%
Maritim Strandhotel	Travemünde	4*	240	480	56,9%	81,00	8,8	47,0%	48,0%	8,4%
Maritim Golf- und Sporthotel	Timmendorfer Strand	4*	241	480	55,5%	81,00	9,0	49,7%	48,0%	4,3%
Hotel Neptun	Warnemünde	5*	338	567	67,4%	87,00	17,6	45,5%	40,0%	14,5%

Quelle: NQZ Der Hoteller, 2001 bis 2003
 ** Durchschnittspreis je Zimmer

Die Auslastungsquoten liegen bei den aufgeführten Hotels, die sich schon seit längerer Zeit am Markt etabliert haben, im Jahresdurchschnitt zwischen 52 % und 57 %. Positive Ausnahmen bilden dabei das Hotel Neptun in Warnemünde, das im Jahr 2000 eine Auslastung von 62 %, im Jahr 2001 sogar von 69,5 % und im



Jahr 2002 67,4 % verzeichnen konnte sowie das Baltic Sport- und Ferienhotel in Zinnowitz/Usedom, das im Jahr 2002 mit 67,4 % eine deutliche Steigerung gegenüber den Vorjahren erzielte.

Gegenüber dem Jahr 1999 konnten die meisten der betrachteten Anlagen ihre Auslastung – wie auch andere Hotels – leicht steigern. Während in Spitzenzeiten der Hauptsaison im Regelfall Auslastungen von 90 % bis 95 % erzielt werden, liegen diese in der Vor- und Nachsaison, je nach Jahres- und Ferienzeit, zwischen 20 % und 70 %.

Die Anlagen der Betreibergruppe Maritim in Timmendorfer Strand und Travemünde erreichten im Jahr 2001 Auslastungsraten von 51,8 % bzw. 56,2 %. Dies bedeutet einen Rückgang gegenüber dem Vorjahr (52,6 % bzw. 57,7 %), jedoch ein weitgehendes Erreichen der Werte des Jahres 1999. Im Jahr 2002 wurde der positive Trend weiter stabilisiert.

Auf Basis der Vergleichsdaten, die auch die Realisierung weiterer Planungen im relevanten Einzugsgebiet berücksichtigt, wird für das erste Betriebsjahr eines 4-Sterne-Hotels der IFA von einer Gesamtjahresauslastung von 57 % ausgegangen. Diese Annahme stellt einen konservativen Ansatz dar.

Da die Gesamtanlage auf Fehmarn über die kommenden Jahre in eine „neue“ Positionierung überführt wird und das Hotel weitgehend unabhängig vom Ferienpark betrieben und positioniert werden soll, ist mit einem kontinuierlichen Anstieg der Auslastung zu rechnen.

Dies setzt selbstverständlich ein offensives und professionelles Marketing sowie ein ganzjähriges Angebot von Sonderaktionen voraus. Gleichzeitig werden das Einbringen der langjährigen Erfahrungen des Auftraggebers im Hotelmarkt hinsichtlich einer konsequenten und zielgerichteten Vermarktung als Prämisse unterstellt.

Die Entwicklung der Auslastung wird wie folgt angenommen:

Betriebsjahr	2005	2006	2007	2008	2009
Auslastung der Wohneinheiten in Prozent	57 %	59 %	61 %	63 %	65 %



4.2 Umwandlung Appartementturm zu einem Hotel

Im Rahmen der Ausweitung des Freizeitangebotes ist es betriebswirtschaftlich notwendig, die Anzahl der Betten in der touristischen Vermarktung zu maximieren. Daher sollen – im Interesse einer langfristigen Trennung von Touristik und Rehabereich – alle drei Fernblickhäuser wieder touristisch genutzt werden.

Vor dem Hintergrund dieser Überlegungen ist derzeit die Umwandlung eines der Appartementtürme, in dem derzeit die Räumlichkeiten der Mutter-Kind-Kuren untergebracht sind, zu einem Hotelkomplex der 3-Sterne-Kategorie angedacht. Durch die Umwidmung der Übernachtungskapazitäten ist jedoch keine Ausweitung der Belegungszahlen zu erwarten, so dass im Folgenden nur die neu zu errichtenden Wohneinheiten mit rund 400 Betten betrachtet werden.

Durch den Umbau ist allerdings mit einer leichten Veränderung der Zielgruppen in diesem Bereich der Anlage zu rechnen, die auch im Hinblick auf die zu schaffenden Freizeitangebote Berücksichtigung finden muss (z.B. eher erholungs- versus eher sport- bzw. aktiv-orientierte Angebote, Kinder- versus Angebote für Best Ager).

Die Erfahrungen im Ferienparkmarkt der letzten Jahre haben gezeigt, dass die Gäste zunehmend größere Wohneinheiten bevorzugen. Dies haben auch die Gespräche mit der Direktorin des IFA-Ferien-Centrums, Frau Krapp, bestätigt, die deutlich machte, dass die größeren Einheiten des Ferienparks in der Regel eher vermietet werden können als kleinere Angebote. Die Gesamtsumme der neu zu schaffenden Kapazitäten, die derzeit mit rund 400 Betten angegeben werden, entspricht bei einem durchschnittlichen Ansatz von vier Betten demnach 100 zusätzliche Einheiten.

Zur Bestimmung der Auslastung der Ferienwohnungen und -häuser werden weitere Anlagen hinzugezogen, die – ebenso wie das IFA-Ferien-Centrum – seit längerer Zeit am Markt platziert sind und nachträglich ihr Angebots- und Qualitätsspektrum erweitert haben. Einige der aufgeführten Anlagen befinden sich im Binnenland, dennoch lassen sie sich räumlich oder konzeptionell mit der geplanten Erweiterung am Burger Südstrand vergleichen.



Ferienpark		Anzahl			2001			Anteil am Umsatz		
Name	Ort	Sterne	Zimmer/ WE	Betten	Auslastung WE	Preise netto**	Umsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil Logis	Anteil F&B	Anteil Sonstiges
IFA Binz	Rügen	3*	538	1.224	72,0%	48,00	11,20	58,4%	32,0%	8,0%
IFA Ferien Centrum	Burg auf Fehmarn	3*	480	1.076	83,8%	45,00	7,40	69,0%	28,5%	2,5%
IFA Vogtland	Hohe Reuth	3*	321	1.030	72,2%	38,00	7,20	41,8%	45,4%	12,0%
Damp 2000*	Damp	3*	714	2.474	86,0%	56,00	14,30	55,0%	23,9%	21,1%
Weissenhäuser Strand*	Weissenhäuser Strand	3*	1.208	3.752	n.A.	n.A.	21,00	n.A.	n.A.	n.A.
Holiday Inn Resort Tossens	Tossens	3*	480	1.800	59,2%	52,00	8,70	53,4%	32,1%	14,5%
Rhön Park Hotel	Hausen	4*	320	1.200	83,7%	53,00	8,30	47,0%	41,0%	12,0%
Gran Dorado Medebach	Medebach	3* - 4*	691	3.500	78,3%	78,00	27,80	50,0%	28,0%	22,0%

Ferienpark		Anzahl			2002			Anteil am Umsatz		
Name	Ort	Sterne	Zimmer/ WE	Betten	Auslastung WE	Preise netto**	Umsatz gesamt in Mio. EUR	Anteil Logis	Anteil F&B	Anteil Sonstiges
IFA Binz	Rügen	3*	538	1.224	88,1%	53,00	11,30	60,7%	30,8%	8,5%
Damp 2000	Damp	3*	714	2.474	80,3%	86,00	18,80	45,8%	23,1%	31,3%
IFA Ferien Centrum	Burg auf Fehmarn	3*	480	1.076	83,8%	45,00	7,40	69,0%	28,5%	2,5%
IFA Vogtland	Hohe Reuth	3*	321	1.030	71,8%	37,00	7,30	43,1%	45,4%	11,5%
Weissenhäuser Strand	Weissenhäuser Strand	3*	1.208	3.752	70,8%	52,00	21,80	57,0%	27,9%	15,1%
Holiday Inn Resort Tossens	Tossens	3*	480	1.800	54,1%	55,00	9,20	52,5%	33,5%	14,0%
Rhön Park Hotel	Hausen	4*	320	1.200	58,1%	58,00	7,90	48,0%	40,0%	12,0%
Gran Dorado Medebach	Medebach	3* - 4*	691	3.500	78,3%	78,00	27,80	50,0%	28,0%	22,0%

* Weissenhäuser Strand nur teilweise geöffnet, ebenso wie Damp (Rumpfsjahr)

** Durchschnittspreis je Zimmer

Quelle: NGZ Der Hotelier, 2001 bis 2003

Aus den vorliegenden Betriebsvergleichen sind für außenorientierte Ferienanlagen Belegungen zwischen 59 % (Upstaalsboom Nordsee Tropen Parc in Tossens) und knapp 78 % (Gran Dorado Medebach) mit Mittelwerten von ca. 60 bis 65 % ablesbar. Die Auslastung der direkten Wettbewerber (Damp und Weissenhäuser Strand) lag im Jahr 2000 bei 73 % bzw. 64 %. Das Jahr 2001 ist als Rumpfsjahr für beide Anlagen zu sehen, da in diesem Jahr bzw. 2002 Modernisierungsmaßnahmen vorgenommen wurden.

Vor dem Hintergrund der Marktlage im Ferienimmobilienmarkt, der Situation auf Fehmarn und dem Etablierungsgrad des IFA Ferien-Centrums Südstrand ist für die Erweiterungsangebote von einer anfänglichen durchschnittlichen Auslastung der Vermietungseinheiten von rd. 60 % auszugehen. Die Steigerungsraten bis zum 5. Betriebsjahr werden denen des Hotels gleichgesetzt und führen im Ergebnis zu folgender Zeitreihe.



Betriebsjahr	2005	2006	2007	2008	2009
Auslastung der WE in %	60 %	62 %	64 %	66 %	68 %

4.3 Erzielbares Gesamtübernachtungsaufkommen

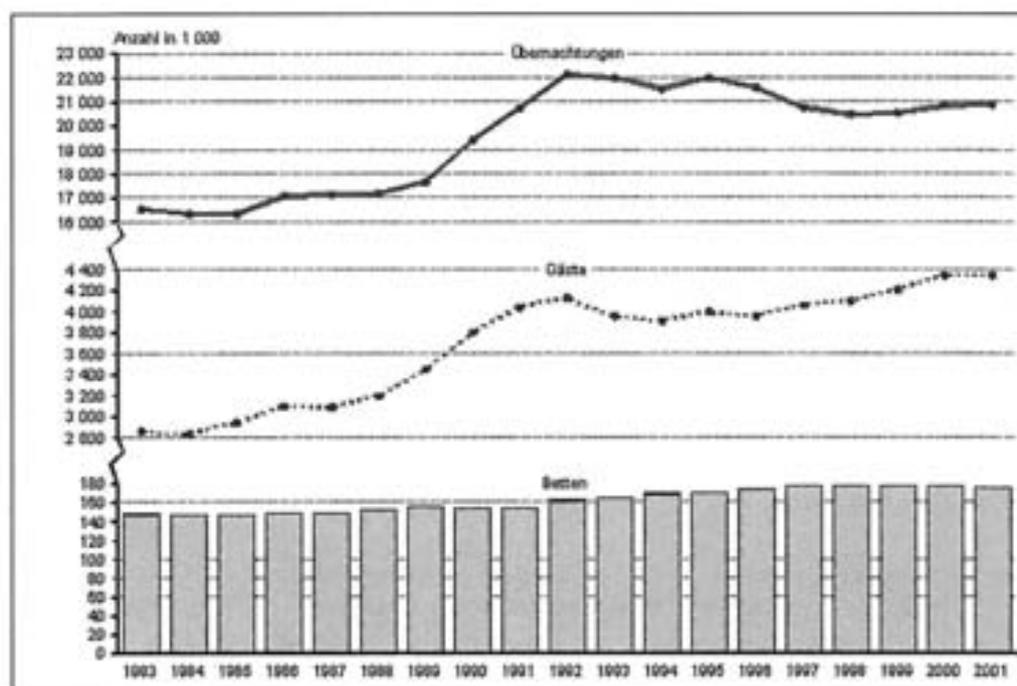
Im weiteren Verlauf werden die durch die Gesamtanlage (einschließlich Erweiterung) erzielbaren Ankünfte und Übernachtungen für das ersten Betriebsjahr ermittelt. Dabei werden unterschiedliche Belegungsraten der Wohneinheiten, die auf Erfahrungswerten basieren, festgelegt. Für die Ferieneinheiten wird eine durchschnittliche Belegung mit vier Personen, für das Hotel eine Belegung mit durchschnittlich 1,5 Personen angenommen. Des Weiteren wird ein Ganzjahresbetrieb mit 365 Tagen unterstellt.

Unterkunftsform	Wohneinheiten	Auslastung WE	Belegungs-dichte in Personen	Übernachtungen gesamt
Ferienwohnungen	100	60 %	4,0	87.600
Hotel 4*	200	57 %	1,5	62.415
Gesamt	305			150.015

Insgesamt führen diese Annahmen zu einem zusätzlichen Übernachtungsvolumen in den Erweiterungsangeboten des IFA-Ferien-Centrums von etwa 150.000 im ersten Betriebsjahr.

Um zu einer realistischen Annahme der zu erwartenden Verweildauer zu gelangen, müssen eine Reihe von Faktoren berücksichtigt werden, auf die im Folgenden näher eingegangen wird.

Die nachstehende Grafik verdeutlicht die touristische Entwicklung in Schleswig-Holstein von 1983 bis 2001. Es wird deutlich, dass während dieses Zeitraums die Zahl der Betten relativ konstant geblieben ist und kaum neue Angebote größeren Ausmaßes hinzugekommen sind.



Das Jahr 2002, das in der Grafik nicht abgebildet ist, schloss mit 20.534.981 Übernachtungen und 4.319.146 Ankünften im gewerblichen Beherbergungsbereich ab. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag somit bei rund 4,8 Tagen je Übernachtungsgast.

Wie sich der regionale und lokale Markt in den letzten Jahren entwickelt hat, zeigt die nachstehende Tabelle. Zum Vergleich sind ergänzend die Ankunfts- und Übernachtungszahlen des IFA Ferien-Centrums Südstrand dargestellt.

	IFA Burger Südstrand	Fehmarn	Ostholstein	Schleswig-Holstein
Übernachtungen				
Übernachtungen 1995	k.A.	935.173	6.127.985	21.988.262
Übernachtungen 1999	279.697	993.831	5.638.962	20.538.383
Veränderung gg. 1995	k.A.	8,3%	-8,0%	-8,8%
Übernachtungen 2001	285.006	1.057.806	5.772.756	20.893.000
Veränderung gg. 1999	1,9%	6,4%	2,4%	1,7%
Übernachtungen 2002	284.710	1.108.675	5.738.325	20.534.981
Veränderung gg. 2001	-0,1%	4,8%	-0,6%	-1,7%
SUMME 1995 - 2002	k.A.	18,6%	-6,4%	-6,8%
(SUMME 1999-2002)	1,8%	11,6%	1,8%	0,0%



	IFA Burger Südstrand	Fehmarn	Ostholstein	Schleswig- Holstein
Ankünfte				
Ankünfte 1995	k.A.	111.400	878.534	3.995.522
Ankünfte 1999	36.581	113.298	929.056	4.207.582
Veränderung gg. 1995	k.A.	1,7%	5,8%	5,3%
Ankünfte 2001	42.627	141.011	984.941	4.344.000
Veränderung gg. 1999	16,5%	24,5%	6,0%	3,2%
Ankünfte 2002	44.486	150.377	962.441	4.319.146
Veränderung gg. 2001	4,4%	6,6%	-2,3%	-0,6%
SUMME 1995 - 2002	k.A.	35,0%	9,6%	8,1%
(SUMME 1999-2002)	21,6%	32,7%	3,6%	2,7%
Aufenthaltsdauer in Tagen				
Aufenthaltsdauer 1995	k.A.	8	7	5,5
Aufenthaltsdauer 1999	7,7	8,8	6,1	4,9
Veränderung gg. 1995	k.A.	9,6%	-13,3%	-11,2%
Aufenthaltsdauer 2001	6,7	7,5	5,9	4,8
Veränderung gg. 1999	-12,9%	-14,5%	-3,4%	-1,5%
Aufenthaltsdauer 2002	6,4	7,4	6,0	4,8
Veränderung gg. 2001	-4,3%	-1,7%	1,7%	-1,1%
SUMME 1995 - 2002	k.A.	-7,8%	-14,8%	-13,6%
(SUMME 1999-2002)	-16,6%	-16,0%	-1,8%	-2,6%

* Daten für IFA explizit erst seit 1999 verfügbar

Quelle: IFA Ferien-Centrum Fehmarn und eigene Berechnungen sowie Landesamt für Statistik Schleswig-Holstein, 1995 bis 2002

Von Januar bis August 2003 musste bei den gewerblichen Betrieben ab 9 Betten in Schleswig-Holstein ein Minus im Bereich der Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahr von 0,6 % verzeichnet werden, während im Bundesdurchschnitt ein Minus von 1,6 % registriert wurde. In den direkten Wettbewerbsländern Mecklenburg-Vorpommern und Niedersachsen wurden Rückgänge von 3,0 % bzw. ein Zuwachs von Plus 5,0 % ermittelt. Der Kreis Ostholstein lag bei Minus 2,2 % im Übernachtungsaufkommen, die Insel Fehmarn bei einem Minus von 4,5 % gegenüber den Vorjahresergebnissen.

Folgende Eckpunkte sind des Weiteren zu berücksichtigen:

- Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Burg/Fehmarn betrug im Jahr 2002 wie im gesamten Kreis Ostholstein 6,0 Tage.



- Die Ostsee weist deutliche Unterschiede bei der Aufenthaltsdauer in den Bereichen Hotellerie (2,5 Tage) und Parahotellerie (6,6 Tage) auf.
- In integrierten Ferienanlagen, die eher auf die Kurzurlaubsreise zugeschnitten sind, werden durchschnittlich nur 3,5 bis 4,0 Tage als Verweildauer angesetzt
- Darüber hinaus muss der allgemeine Trend zum Kurzurlaub und zu einer zurückgehenden Verweildauer im Deutschlandurlaub beachtet werden
- Die Aufenthaltsdauern im Bereich Wellness können mit ca. drei bis vier Tagen angegeben werden
- Für den Tagungsmarkt sind zurückgehende Aufenthaltsdauern zu erkennen

Die bisherigen Ankünfte und Übernachtungen des IFA Ferien-Centrums stellen sich folgendermaßen dar:

	1999	2000	2001	2002
Ankünfte	36.581	39.297	42.627	44.486
Übernachtungen	279.697	278.932	285.006	284.710
Aufenthaltsdauer	7,6	7,1	6,7	6,4

Quelle: IFA

Vor dem Hintergrund der skizzierten Entwicklungen gehen die Gutachter von einer durchschnittlichen Verweildauer für die Ferienanlage von 6,0 Tagen im Ferienwohnungsbereich (sinkende Werte bei der IFA) und 2,5 Tagen im Hotel aus, da dieses unterschiedliche Zielgruppen anspricht (Incentive, Seminare, Wellness). Die Aufenthaltsdauer wird je nach Saison und Zielgruppe stark variieren, so dass derzeit nur mit pauschalisierten Werten gerechnet werden kann.

Daraus lassen sich rd. 14.600 Ankünfte für den Bereich Ferienwohnen und ca. 25.000 Ankünfte im Hotel errechnen. Für den gesamten Erweiterungsbereich werden somit rd. 39.600 Ankünfte im wahrscheinlichen Szenario im ersten Jahr erwartet.

Die folgenden Tabellen fassen die aktuellen und zukünftigen Ankünfte und Übernachtungen zusammen.



Ankünfte	Ist-Situation (2002)	zusätzliche Ankünfte (2005)	Gesamt
Hotel 4*	-	25.000	25.000
Ferienwohnungen	44.486	14.600	59.086
Summe	44.486	39.600	84.086

Übernachtungen	Ist-Situation (2001)	zusätzliche Übernachtungen (2005)	Gesamt
Hotel 4*	-	62.400	62.400
Ferienwohnungen	284.710	87.600	372.310
Summe	284.710	150.000	434.710

Insgesamt lassen sich – auf Basis des Jahres 2001 – somit 84.100 Ankünfte und 434.700 Übernachtungen für die Gesamtanlage inklusive der Erweiterungen ermitteln. Hierbei werden vor dem Hintergrund der angedachten Infrastrukturverbesserungen keine Rückgänge im Bestand erwartet.

5 Effekte durch die Realisierung des Planungsvorhabens

5.1 Wirtschaftliche Effekte dargestellt am Beispiel Center Parc Bispingen

Der Center Parc in Bispingen als erster und bis dato einzige Center Parc in Deutschland, kann p.a. etwa eine Mio. Übernachtungen generieren. Das Angebot umfasst neben den Beherbergungseinheiten (Bungalows und Hotel) eine Reihe von Freizeitangeboten.

Nach der Eröffnung des Parks 1995 gingen die Auslastungen der anderen Anbieter in der Region kurzfristig zurück. Inzwischen ist dieser Abwärtstrend jedoch nicht mehr zu verzeichnen. Viele Gäste haben entweder ihren Aufenthalt dadurch verlängert, dass sie bei anderen Anbieter gebucht haben oder als Wiederholungsbesucher in die Urlaubsregion zurückgekehrt sind.

Vor allem gastronomische Anbieter und Dienstleister der Umgebung profitieren von den Besuchern des Parks, da etwa 30 % aller Umsätze der Gäste in der Region generiert werden.



Die monetären Effekte zeigt die folgende exemplarische Darstellung auf:

- **Direkte Auswirkungen der Betreuung eines Parks:**
Geht man von einem Gesamtvolumen an Einkäufen von Gütern und Dienstleistungen pro Jahr in Höhe von 17,5 Mio. EUR aus, liegt das Verhältnis bei den Verbrauchs-/ Konsumgütern bei 50 % bzw. 8,8 Mio. EUR, bei Gebrauchsgütern bei rd. 10 % bzw. 1,8 Mio. EUR und Dienstleistungen anteilig bei 40 % bzw. 7,0 Mio. EUR.
- **Indirekte Auswirkungen der Betreuung eines Parks:**
Die Ausgaben der Gäste in der Umgebung des Parks liegen im Durchschnitt zwischen 10 % und 20 % ihres Urlaubsbudgets, d.h. ca. 4,0 bis 5,0 Mio. EUR. Davon werden im Einzelhandel rd. 40 %, im Gastronomiebereich ebenfalls 40 % und rd. 20 % für Sonstiges ausgegeben.

Das Beispiel Center Parcs zeigt, dass sich die Effekte selbst bei innen-orientierten Anlagen nicht allein auf das Angebot an sich beschränken, sondern positive Wirkungen auch auf die Anbieter im Umfeld ausgehen. Bei offenen Konzepten, wie dem IFA Ferien-Centrum Südstrand sind weitaus stärkere Umsatzeffekte zu erwarten.

5.2 Veränderung der Zielgruppenstruktur

Insgesamt wird die Ferienanlage mit den neuen Angebotsbausteinen im Beherbergungssegment auch weiterhin über das Jahr verteilt unterschiedliche Zielgruppen ansprechen. Als Kernzielgruppen sind dabei zu nennen:

- Familien mit Kindern (vor allem Sommermonate und Ferien)
- Wellness- und Kurgäste
- Gruppenreisende
- Paare
- Sonstige (u.a. Seminargäste, Hochzeiten etc.)

Das Hotel wird höhere Anteile im Bereich Paare, Gesundheits- und Wellnessgäste erreichen, während die Ferienwohnungen einen höheren Anteil Urlaubsgäste (Familien, Kleingruppen) verzeichnen werden. Eine genaue Bestimmung zur Verteilung und Struktur der



Gäste ist zum derzeitigen Zeitpunkt nicht möglich und wird wesentlich vom bisherigen und zukünftigen Marketing sowie der konkreten Ausrichtung durch den Betreiber abhängen.

Von der veränderten Zielgruppenstruktur im Ferien-Centrum Südstrand werden auch andere Anbieter auf der Insel Fehmarn profitieren. Da ältere Zielgruppen, Paare ohne Kinder, Kur- und Gesundheitsurlauber sowie Tagesreisende nicht die Hauptsaisonzeiten nutzen, führt dies zu einer ganzjährigen Stärkung des Tourismus auf der Insel. Das vorangegangene Kapitel zeigt am Beispiel Center Parcs Bispingen, dass davon nicht allein das IFA Ferien-Centrum Südstrand profitiert, sondern gleichzeitig auch andere Beherbergungsbetriebe sowie dem Tourismus direkt oder indirekt zuzuordnende Wirtschaftszweige.

6 Zusammenfassendes Fazit

Das IFA Ferien-Centrum Südstrand auf der Insel Fehmarn ist, wie der Ferienparkmarkt generell, durch Auslastungsrückgänge gekennzeichnet, die jedoch teilweise durch Umsatzsteigerungen kompensiert werden konnten. Während die Logisumsätze leicht erhöht wurden, wird im Urlaubssegment generell bei den Nebenumsätzen gespart. Dabei sind die Ansprüche der Nachfrager hinsichtlich Angebot, Qualität und Angebotsvielfalt stetig gestiegen.

Die stärksten Mitbewerber, wie das Ferienzentrum Damp oder auch der Weissenhäuser Strand, haben entsprechend mit Investitionsmaßnahmen in die Infrastruktur sowie das Beherbergungsangebot reagiert, um ihre Marktstellung langfristig zu sichern.

Dabei geht es nicht allein um den Tourismus am Standort selbst. Auch der Wettbewerb der Regionen hat sich in den vergangenen Jahren deutlich verschärft. Der stärkste Mitbewerber um den Küstenurlauber ist dabei die Mecklenburg-Vorpommersche Ostseeküste, die ihre Defizite in der Infrastruktur mittlerweile ausgleichen konnte und ebenfalls ein attraktives Angebot an Ferienanlagen und -hotellerie aufweist.

Um eine Gesamtstärkung des Tourismus für die Insel Fehmarn zu erzielen, ist es dringend erforderlich, die Attraktivität und Vielfalt der touristischen Angebote deutlich zu verbessern. Insbesondere



in den touristischen Verdichtungsgebieten, wie Burger Südstrand, sind entsprechende Maßnahmen zur nachhaltigen Zukunftssicherung zu ergreifen. Die Beherbergungsqualität sowie die touristische Infrastruktur der Insel Fehmarn wurde auch durch die erst kürzlich vorgelegte LSE-Studie kritisch bewertet und dringender Handlungsbedarf angezeigt.

Wenn die Weiterentwicklung von Infrastrukturmaßnahmen nicht durch die Kommune erfolgen kann und von privaten Unternehmen wie der IFA Hotel & Touristik AG übernommen wird, ist eine Tragfähigkeit lediglich über einen starken Beherbergungsbereich gegeben.

Das Ferien-Centrum am Burger Südstrand verfügt bereits heute im Vergleich zu seinen Mitbewerbern über zu geringe Beherbergungskapazitäten, um sich langfristig gegenüber den Mitbewerbern im Markt zu behaupten. Während Ferienparks mit entsprechender Freizeitinfrastruktur nach Branchenkenntnissen eine Mindestkapazität von 1.500 bis 2.000 Betten aufweisen müssen, verfügt das IFA Ferien-Centrum Südstrand lediglich über 1.076 Betten. Im Vergleich dazu bietet der Ferienpark Weissenhäuser Strand eine Beherbergungskapazität von 1.200 Wohneinheiten mit 4.000 Betten. Das Ferienzentrum Damp bietet im Hotel- und Ferienwohnbereich knapp 2.500 Betten in 714 Wohneinheiten. Die Auslastungen des Strandhotels im Weissenhäuser Strand (184 Zimmer), die deutlich über denen der Apartments liegen, zeigen die hohe Akzeptanz von Hotels, die in eine vielfältige, gut ausgebaute Infrastruktur eingebunden sind. Einen hohen Stellenwert hat dieses auch im Zusammenhang mit Tagungseinrichtungen, an die steigende Standortanforderungen geknüpft werden.

Bei Realisierung der angedachten zusätzlichen 800 Betten im bestehenden Apartmentturm sowie einen Hotelneubau ist das IFA Ferien-Centrum Südstrand mit insgesamt knapp 1.900 Betten ausgestattet und verfügt dann über eine gute Basis für die zukünftige Entwicklung des Standortes Burger Südstrand. Durch das geplante 4-Sterne-Hotel mit Wellness- und Kongressbereich wird nicht nur eine Lücke im Beherbergungsangebot der Insel Fehmarn geschlossen, sondern auch gute Voraussetzungen für die Generierung neuer Zielgruppen auch außerhalb der Hauptsaisonzeiten geschaffen. Darüber hinaus werden auch andere Anbieter im Beherbergungsbereich aber auch indirekt am Tourismus partizipierende Wirtschaftszweige von der Weiterentwicklung profitieren.



Insgesamt gehen von der Planung positive Impulse, einhergehend mit einer Imageverbesserung und Erhöhung der Vermarktungschancen für die gesamte Insel Fehmarn und die Region, aus.

Auch die gemäß der vorliegenden Bebauungsplanentwürfe angeordnete bauliche Umsetzung der Erweiterung der Bettenkapazitäten ist insgesamt positiv zu bewerten. Die Realisierung erfolgt zu einem großen Teil in einer Bestandsimmobilie bzw. auf bereits versiegelten Flächen. Die bisherige Immobilie wird in Teilbereichen umgenutzt und bereits bebaute Grundstücke werden überplant bzw. für neu versiegelte Flächen die erforderlichen Ausgleichsflächen geschaffen.

Es erfolgt eine Angebotskonzentration von Beherbergung und Infrastruktureinrichtungen, was den Forderungen der Nachfrager nach einem vielfältigen Angebot an einem Ort in kürzester Erreichbarkeit voll und ganz entspricht.

Der Flächenverbrauch ist dadurch im Gegensatz zu Projektentwicklungen anderer Parks, wie z.B. Center Parcs, minimiert. Während bei diesen Konzepten die Bebauung weiträumig angelegt ist, wird am Standort Burger Südstrand durch die historischen Gegebenheiten und die Integration der Neuplanung ein sehr dichtes Konzept umgesetzt, das den heutigen Nachfragetrends entgegenkommt.



Exkurs: Das Marktsegment Ferienimmobilien

1 Vorbemerkung

Der Kurzurlaub in qualitativ anspruchsvollen Ferienanlagen in Deutschland gehört nach wie vor zu einer der Reiseformen der Zukunft. Er ersetzt zwar weder die Haupturlaubsreise noch den Tagesausflug, tritt aber zunehmend an die Stelle von Zweit- und Kurzurlaubsreisen ins Ausland. Besonders erfolgreiche Anlagen der zweiten und dritten Generation wie z.B. Center Parcs oder Gran Dorado sind heute ganzjährig zu mehr als 70 % belegt (Auslastung der Wohneinheiten). Die Wiederholungsbesucherquote von ebenfalls ca. 70 % unterstreicht die Akzeptanz dieses Kurz-Ferienangebotes. Dagegen weisen Einzelanlagen häufig wesentlich geringere Auslastungen auf.

In den nachfolgenden Ausführungen wird auf die Marktcharakteristika des Ferienimmobilienmarktes ebenso eingegangen wie auf das Wettbewerbsumfeld des IFA-Ferien-Centrums im deutschen Feriengroßanlagenmarkt.

2 Charakteristika des Ferienimmobilienmarktes

2.1 Begriffsdefinition

Ferienzentren sind (nach Definition des Statistischen Bundesamtes) öffentlich zugängliche Beherbergungsstätten, die nach Einrichtung und Zweckbestimmung dazu dienen, unterschiedliche Wohn- und Aufenthaltsmöglichkeiten sowie Freizeiteinrichtungen in Verbindung mit Einkaufsmöglichkeiten und persönlichen Dienstleistungen zum vorübergehenden Aufenthalt anzubieten.

Als Mindestausstattung gilt das Vorhandensein von Hotelunterkunft und anderen Wohngelegenheiten (auch mit Kochgelegenheit), einer Gaststätte, Einkaufsmöglichkeiten zur Deckung des täglichen Bedarfs und des Freizeitbedarfs sowie von Einrichtungen für persönliche Dienstleistungen. Dies können z.B. Massageeinrichtungen, Solarium, Sauna, Friseur und zur aktiven Freizeitgestaltung, z.B. Schwimmbad, Tennis-, Tischtennis-, Minigolf- oder Trimm-Dich-Anlagen sein.

Ferienhäuser und Ferienwohnungen werden dagegen definiert als Beherbergungsstätten, die jedermann zugänglich sind und in denen



Speisen und Getränke nicht abgegeben werden, aber eine Kochgelegenheit vorhanden ist.

2.2 Anbieterstruktur und Vertriebswege

Der Markt der deutschen Ferienimmobilien ist nach wie vor weitgehend durch Einzelobjekte oder kleinere Projekte (bis etwa 20 Wohneinheiten) geprägt. Sofern es sich nicht um ausgebaute landwirtschaftliche Betriebe oder frühere Wohnhäuser als Nebenerwerbsbetriebe handelt, werden die Immobilien vorwiegend von den Besitzern selbst sowie deren Verwandten und Bekannten genutzt.

Wenn eine Vermietung als Beitrag zur Finanzierung und steuerlichen Gestaltung der Investition stattfindet, wird diese meistens direkt oder über ortsansässige Vermietungsbüros und Kurverwaltungen betrieben.

Darüber hinaus platzieren auch Großanbieter bzw. Managementgesellschaften wie IFA oder Center Parcs Einzeleigentum über ihre Vermietungs- und Vertriebsformen am Markt.

Bei Reiseveranstaltern weisen Feriengroßanlagen deutlich stärkere Wachstumsraten auf als traditionelle Ferienwohnungen. So verzeichnet TUI etwa ein Viertel des gesamten Vermietungsaufkommens im Bereich Ferienwohnen im Segment der Ferienzentren.

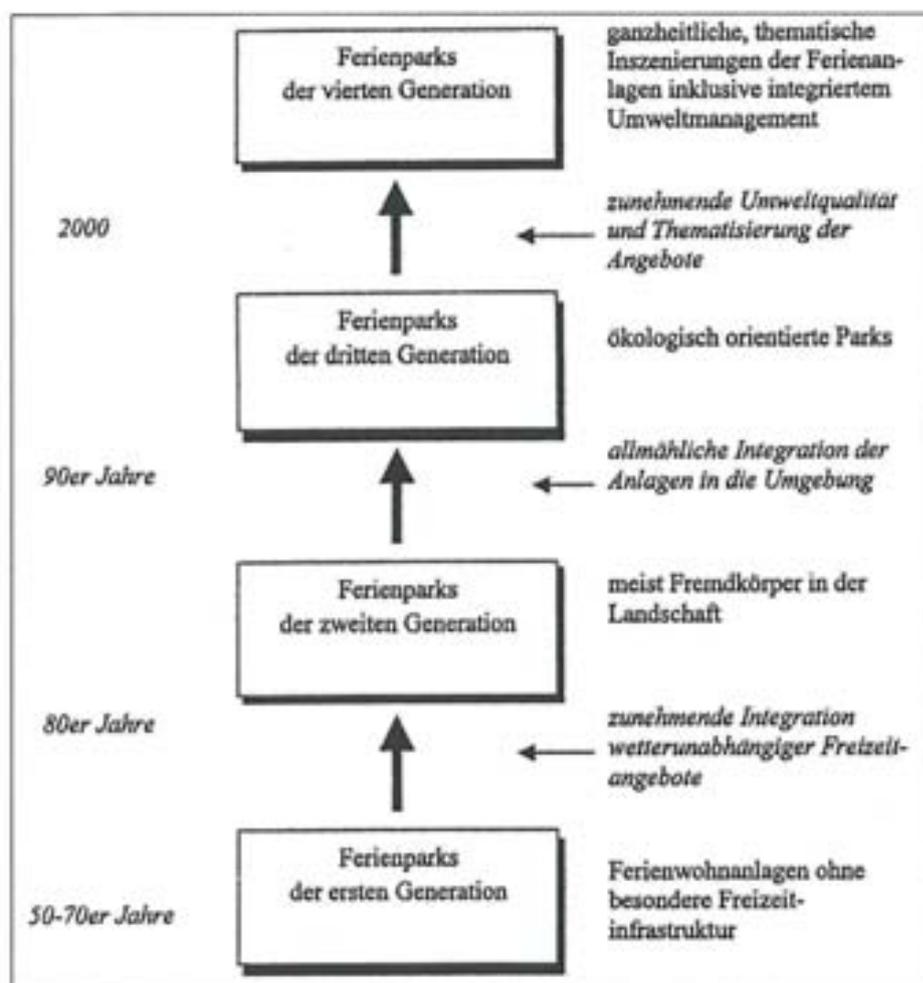
Den Markt der Feriengroßanlagen mit integrierter Freizeitinfrastruktur, die nachfolgend im Mittelpunkt der Betrachtung stehen, dominieren folgende Anbieter:

- Center Parcs: 15 Anlage, davon neun Anlagen in Holland, drei in England, je zwei in Belgien und Frankreich, eine Anlage in Deutschland zzgl. zwei weitere deutsche Parks, ehemals Gran Dorado Parks
- Landal GreenParks: zehn Anlagen in den Niederlanden, jeweils eine Anlage in Österreich und Tschechien, drei Anlagen in Belgien sowie fünf Anlagen in Deutschland zzgl. 33 ehemalige Gran Dorado Parks in Belgien und den Niederlanden im Managementvertrag



- IFA-Hotel & Touristik AG: drei Ferienparks in Deutschland, insgesamt 13 Hotels und Ferienanlagen im Ausland sowie zwei Hotels in Deutschland zuzüglich eines Appartementhauses in Kellenhusen sowie drei Kliniken und Vorsorgeeinrichtungen für Mutter und Kind

Die Entwicklungsstufen (Generationen) der Ferienparkentwicklung verdeutlicht die nachfolgende Abbildung.



Quelle: Brittnier, Anja: Zur Natürlichkeit künstlicher Ferienwelten, Untersuchung zur Bedeutung, Wahrnehmung und Bewertung von ausgewählten Ferienparks in Deutschland, Trier 2002.



2.3 Betriebskonzepte von Feriengroßanlagen

In der Angebotsstruktur von Ferienzentren lassen sich zwei Typen von Betriebskonzepten unterscheiden:

- Innen-orientiertes Betriebskonzept (Center Parcs)
- Außen-orientiertes oder halb-offenes Betriebskonzept (Sun-Parks, Sarcon Ferienparks, Landal GreenPark, IFA, Damp)

Innen-orientierte Betriebskonzepte zeichnen sich im Wesentlichen durch folgende Merkmale aus:

- Tagesgäste sind nicht oder nur sehr begrenzt zugelassen
- Hohe Freiraumattraktivität der Anlage (starker Grünanteil, Gewässer, Autofreiheit)
- Vergleichsweise geringe Attraktivität der Umgebung (in der Regel keine Erholungslandschaft, keine touristischen Sehenswürdigkeiten, aber auch Ausnahmen, wie die Lüneburger Heide im Umfeld des Center Parcs Bispingen)
- Aufwendig präsentiertes Konsumangebot (Parc-Plaza-Konzept) und vergleichsweise geringes Konsumangebot in der Standortgemeinde

Außen-orientierte Betriebskonzepte lassen sich demgegenüber so charakterisieren:

- Offen(er) für Tagesgäste
- Geringere Freiraumattraktivität der Anlage (dichtere Bebauung)
- Hohe Attraktivität der Umgebung (attraktive Landschaft, Gewässer, Sehenswürdigkeiten)
- Vielfältiges Konsumangebot, aber kleinere Zentralbereiche
- Konsumangebot in der Standortgemeinde u.U. vielfältig und qualitativ hochwertig

Die Übergänge zwischen diesen Betriebsarten sind fließend. Vor allem hinsichtlich des in den Ferienzentren vorhandenen Einzelhandelsangebotes gibt es kaum noch Unterschiede. Dennoch spiegeln sich die verschiedenen Betriebskonzepte in den erforderlichen Investitionsvolumina, den Betriebskosten, den Mindestauslastungsquoten und der Verteilung der Umsätze auf die einzelnen Betriebsbereiche wider.

Die innen-orientierten Anlagen von Center Parcs sind kostenaufwendiger, da sie das gesamte touristische „Produkt“ selbst schaf-



fen müssen. Stärker nach außen orientierte Feriencentren nutzen dagegen die Attraktionen der Umgebung quasi „gratis“ mit. Andererseits verbleibt bei den innen-orientierten Konzepten ein größerer Anteil der Nebenausgaben der Gäste innerhalb der Feriencentren, was sich wiederum in einem höheren Anteil des Freizeit- und Konsumsektors (Handel und Gastronomie) am Gesamtumsatz niederschlägt.

Die Höhe der Nebenausgaben ist von folgenden Einflüssen maßgeblich abhängig:

- Gesamtattraktivität der Ferienanlage
- Betriebskonzept
- Attraktivität der Umgebung
- Angebote außerhalb des Parks und Marketingverbundaktivitäten der Ferienanlage mit umliegenden Gemeinden und Freizeitanlagenbetreibern
- Witterungsbedingungen vor allem während der Haupt- und Nebensaison

2.4 Aktuelle Veränderungen am Ferienimmobilienmarkt

2.4.1 Entwicklungstendenzen auf der Angebotsseite

Derzeit finden starke Veränderungen am deutschen Ferienimmobilienmarkt statt. So kooperierten Center Parcs und die Gran Dorado Gruppe in einem neuen Joint Venture. Pierre & Vacances (P&V) und DB Capital Partners (DBCP) – Tochter der Deutschen Bank – schlossen mit Scottish & Newcastle eine Übereinkunft über die hundertprozentige Übernahme von Center Parcs. Dabei wurden die Parks in Großbritannien von DBCP zu 100 % übernommen, während die zehn Ferienparks in Kontinentaleuropa in ein gleichberechtigtes Joint Venture von Pierre & Vacances und DBCP eingegangen sind.

Die Gran Dorado Gruppe wurde am 5. April 2000 vom französischen Entwickler und Betreiber von Ferienanlagen Pierre & Vacances übernommen. Der Kaufpreis betrug etwa 100 Mio. Euro. Die drei Großaktionäre der Gran Dorado Group (Vendex KBB Nederland B.V., Stichting Philips Pensioensfonds und PVF Pensioensfonds) beschlossen im Januar den Verkauf ihrer Anteile, da Ferienhausurlaub nicht zu ihrem Kerngeschäft gehört.



Durch die Übernahme wird Pierre & Vacances – verantwortlich für das operative Geschäft des Joint Venture – mit 5,1 Mio. Gästen und 174.000 Betten zum Marktführer für Freizeit- und Ferienwohnungen in Kontinentaleuropa.

Das neue Joint Venture fördert nach Angaben der Beteiligten mit einem umfassenden Angebotsspektrum im Freizeitsektor kommerzielle, operative und funktionale Synergien in erheblichem Maße. Dazu sind auch ein breites Angebot für verschiedene Urlaubskonzepte und sich wandelnde Konsumgewohnheiten und Zielgruppen zu zählen.

Neben den aufgezeigten Konzentrationen sind weitere Tendenzen auf der Angebotsseite feststellbar:

- Neue Betreiber auf dem deutschen Markt, die bis dato nicht vertreten waren (z.B. Robinson und Dorfhof in Fleesensee)
- Eine Reihe von neuen hochwertigen Projekten – vor allem an den Küsten – befinden sich in Planung, die aufgrund ihrer Qualität das Angebot deutlich verbessern werden (z.B. Boltenhagen, Marina Park Priwall, Großenbrode)
- Zunahme der übergemeindlichen Kooperationen, um im Wettbewerb der Regionen und Anbieter bestehen zu können
- Angebot von Urlaubs- und Aktivitätspaketen
- Zunahme des Wellnessgedankens und des Gesundheitsurlaubs in Deutschland
- Neue Angebotsformen (z.B. Integration von Hotel- und Ferienangeboten in Freizeitparks – Hansapark, Europa Park Rust, Heide Park Soltau, Phantasialand)

2.4.2 Nachfrageseitige Trends

Zu den wesentlichen Veränderungen im Nachfrageverhalten zählen folgende Entwicklungen:

- Trend zum Mehrfach- und Kurzurlaub
- Kürzere Aufenthaltsdauern
- Spontanere Reiseentscheidung
- Flexibleres Aktivitätsverhalten während des Urlaubs
- Hohe Akzeptanz inszenierter Urlaubswelten
- Trend zu Senioren- und Servicereisen
- Zurückgehende Stammurlauberquote



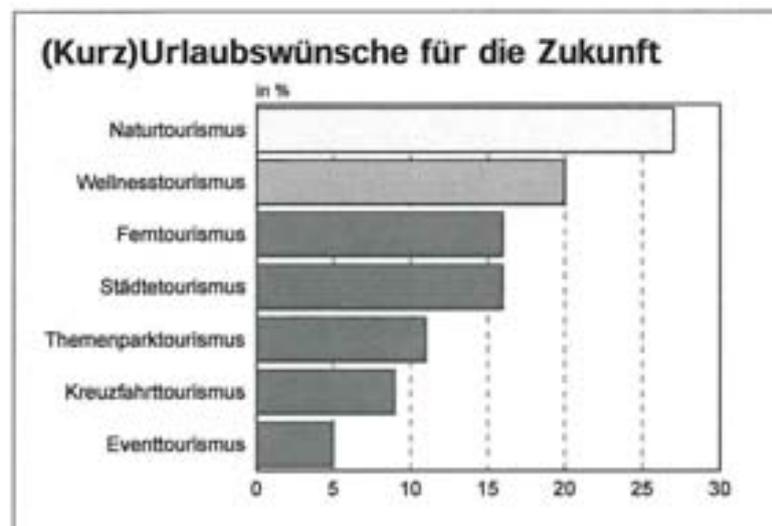
- Hohes Qualitätsbewusstsein

Die Motive für eine Kurzreise sind äußerst vielschichtig, wie die folgende Abbildung verdeutlicht.



Quelle: FUR, Forschungsstelle Urlaub und Reisen

Bei den (Kurz-)Urlaubswünschen für die Zukunft dominieren nach den Ergebnissen der Studie des FUR, Forschungsstelle Urlaub und Reisen, deutlich der Naturtourismus sowie Wellness-tourismus.





2.5 Erfolgsfaktoren von Feriengroßanlagen

Die wesentlichen Erfolgsfaktoren von Ferienzentren können wie folgt zusammengefasst werden:

- **Zielgruppen- und Marktsegmentierungspolitik**
 - Bearbeitung des Kurzreisesegmentes und – je nach Standort – saisonal des Urlaubsreisensegmentes
 - Mittleres Preisniveau und damit geeignet für eine breite Zielgruppenstruktur
 - Kind- und familiengerechte Angebote als zentrale Angebotsbausteine
- **Produkt-, Qualitäts- und Servicepolitik**
 - Witterungsunabhängiger Freizeit- und Kommunikationsbereich
 - Umfangreiches Aktivitätsspektrum von Erholung, Schönheitspflege, Sport und Fitness, Unterhaltung und Spiel, Shopping, Tagung und Veranstaltungen etc.
 - Familienorientierte Beherbergungsstruktur mit hohen Ferienwohnungs- und -appartementanteilen (vielfach im preisgünstigen Zwei-Sterne-Standard)
 - Abgestufte Qualitätspolitik im Beherbergungsbereich (sachliche Marktsegmentierung)
 - Größtmögliche Freiheitsgrade für die Gäste
 - Räumlich konzentriertes Angebot
 - Zeitlich umfassende Angebotspolitik
 - Vielfältiges Veranstaltungs-, Kurs- und Aktivitätsprogramm und Einstieg in touristische Sondermärkte (Konferenz- und Tagungsgeschäft, Kurbereich etc.) zur Verbesserung der Ganzjahresauslastung
- **Vertriebspolitik**
 - Starke Einbeziehung von Absatzmittlern in das Anlagenmarketing
 - Eigene Vermarktungsmöglichkeiten (zur Erhöhung der Erträge; bei Einbindung von Reiseveranstaltern, wie TUI oder Neckermann, 20 bis 25 % Abgaben)
- **Kommunikationspolitik**
 - Ansprache differenzierter Zielgruppen
 - Hohe Werbeintensität



- **Standortpolitik**
 - Ballungszentren im Umkreis bis zu 300 km
 - Gute Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr
 - Überwiegend landschaftlich attraktive Lage (Mikro- und Makrostandort)
- **Betriebspolitik**
 - Betrieb möglichst vieler Bausteine aus einer Hand
- **Kapazitäten**
 - Die Gästekapazitäten von geschlossenen Ferienzentren liegen im Minimum bei 600 Betten.
 - Diese Kapazität bildet die Untergrenze für einen betriebswirtschaftlich kostendeckenden Betrieb der Anlage, wenn die Vermietung über eine professionell arbeitende Betriebsgesellschaft oder einen Reiseveranstalter erfolgt und ein Mindestmaß an Freizeitinfrastruktur vorgehalten werden soll.
 - **Als Untergrenze der Bettenkapazität, die für einen wirtschaftlichen Betrieb einer umfangreichen Freizeitinfrastrukturpalette notwendig ist, werden in der Regel 1.500 bis 2.000 Betten** als aktuelle Branchengröße genannt. Da die Investitionen in Freizeitinfrastruktur und das Anspruchsdenken der Urlauber tendenziell zunehmen, entwickelt sich die **Dimensionierung zu höheren Bettenkapazitäten**. Nur diese verkörpern eine tragfähige ökonomische Basis.