

# Legoland und PEP als Attraktionen

Der Landkreis Günzburg präsentiert sich als aufstrebende Tourismus-Destination

**Günzburg** Seit der Eröffnung des Legolands im Mai 2002 blüht der Tourismus im Landkreis Günzburg auf. Die Zahl der Gästeankünfte und Übernachtungen ist sprunghaft gestiegen. Profiteur ist nicht nur Legoland mit jährlich 1,3 Millionen Besuchern, auch Hotellerie, Gastronomie und Einzelhandel verzeichnen Zuwächse. Privatvermieter sind wie Pilze aus dem Boden geschossen. Und die Landkreisverwaltung hat schnell die Chancen der neuen Zeit erkannt: Das Mitte 2000 gegründete Regionalmarketing bewirbt die „Familien- und Kinderregion“.

Neben der Präsentation des Landkreises als attraktiver Wirtschaftsstandort war die Tourismusförderung das zweite Anliegen des Standortforums Landkreis Günzburg. Die Teilnehmer besuchten das Legoland und die ehemalige Bundeswehr-Kaserne in Günzburg, wo der Prinz-Eugen-Park (PEP) als zweiter Publikumsmagnet entstehen soll.

Im Legoland informierte der Kommissarische Geschäftsführer, **Timothy de Young**, über die neben Neuschwanstein größte touristische Einzelattraktion in Bayern. Im Mittelpunkt des Interesses stand die Frage: Was hat Lego vor nunmehr sieben Jahren dazu bewogen, Günzburg den Zuschlag für seinen neuesten Klötzchen-Erlebnispark zu geben?

De Young führte die „sehr zentrale Lage“ als Hauptgrund an. Innerhalb einer Stunde Fahrzeit könnten mit dem Auto vier Millionen Besucher zum Legoland Deutschland nach Günzburg kommen. 16,3 Millionen Menschen lägen im Radius von zwei, 25 Millionen von drei Fahrstunden. Den Ausschlag gegen Tokio und für Günzburg habe zudem die sehr starke Position Legos auf dem deutschen Markt gegeben. Weitere Gründe für die Ansiedlung in Günzburg seien die unbürokratische, schnelle Hilfe von heimischer Politik und den Planungsbehörden sowie das sehr

große zusammenhängende Gelände gewesen, das nach Entmunitionierung des ehemaligen Muna-Areals zur Verfügung stand. Von der Fläche, die 140 Hektar groß ist, sind erst 60 Hektar entwickelt, 80 Hektar stehen Legoland noch als Erweiterungsfläche zur Verfügung. Ein Teil davon soll schon im nächsten Jahr genutzt werden. Der geplante komplett neue Themenbereich „Land der Piraten“ sei die größte Investition in den Park seit dessen Eröffnung im Mai 2002, so de Young.

## Alle einig: Der PEP hat Pep

Groß investieren in den Standort Günzburg wollen auch die beiden Brüder **Bernhard und Johann Thierer** mit ihrer Projektentwicklungsgesellschaft TPP. Nur wenige Autominuten vom Legoland entfernt soll die ehemalige Prinz-Eugen-Kaserne in den Prinz-Eugen-Park (PEP), ein Freizeiresort kombiniert mit einem Business-Park, verwandelt werden.

Das Gelände hat eine Fläche von knapp 28 Hektar, das entspricht 45 Fußballfeldern. Die vorhandene Gebäudefläche von 50000 m<sup>2</sup> wollen die Thierer-Brüder nutzen. „Die Substanz ist absolut werthaltig“, sagte Johann Thierer. Es gebe keine Altlasten.

Thierer versteht sein Projekt als Ergänzung zum Legoland. Im Gegensatz zu diesem könne der Prinz-Eugen-Park auch im Winter Gäste nach Günzburg locken. Gedacht ist der PEP allerdings nicht nur als Touristen- und Besuchermagnet, sondern auch die heimische Bevölkerung soll viel davon haben.

Mit der Telekom-Tochter T-Systems präsentierte TPP einen möglichen Business-Großkunden. Wie **Cordula Assfalg**, Leiterin des Regionalen Marketing SE Süd/Südwest, ausführte, seien das Konzept des PEP und die geografische Lage Günzburgs (zentral zwischen den Telekom-Großstandorten München, Nürnberg und Stuttgart bei sehr guter Verkehrsanbindung) für ihre Gesellschaft

sehr interessant. Die Telekom mit ihren Tochterunternehmen veranstaltet laut Assfalg regelmäßig größere Kundenevents, Workshops und interne Tagungen. Der PEP käme dafür in Frage. Vorstellbar seien Buchungen ihres Konzerns für bis zu 2000 Teilnehmer pro Jahr.

Überzeugt vom Projekt PEP ist auch Günzburgs Oberbürgermeister **Gerhard Jauernig**. Der Prinz-Eugen-Park biete „etwas an, was es hier bei uns noch nicht gibt“: zum Beispiel Klettergarten, Mehrsäle-Kino, Hotel-Resort mit Räumen für Firmenveranstaltungen und Tagungen, Eislaufbahn, Science-Edutainment-Center für Kinder, Jugendliche und Erwachsene. Durch seine Aktivitäten und Attraktionen sei der Prinz-Eugen-Park geeignet, die Legoland-Besucher mehr als nur einen oder zwei Tage im Landkreis zu halten und neue Besucher-Zielgruppen zu erschließen.

## „Kein Legoland 2“

**Axel Kunze** von der für die Konversion von aufgegebenen Bundeswehr-Flächen zuständigen Gesellschaft für Entwicklung, Beschaffung und Betrieb (Gebb) sieht „viel Potenzial“ in dem Projekt PEP. Deshalb habe TPP unter fünf ernsthaften Bietern auch den Zuschlag für die Prinz-Eugen-Kaserne erhalten.

„Das Projekt hat aus unserer Sicht großes Potenzial“, bescheinigte dem PEP auch der Kölner Wirtschaftsberater **Andreas Waschk**. Es sei „kein Legoland 2“, sondern schaffe einen Mehrwert für die Region. Es könne zum zweiten großen Tourismus-Standbein in der „Familien- und Kinderregion“ werden.

**Hans-Günter Kanderske**, Geschäftsführer der Krumbacher Planungsgesellschaft Kling Consult, sprach von einer „lehrbuchhaften Entwicklung“ des Thierer-Projekts. **Johann Mayer**, Vorstandssprecher der Volksbank Günzburg, lobte die Brüder als „geniale Unternehmer“. Er sei überzeugt, dass der PEP „einen erfolgreichen Weg geht“.