

Zeitschrift: Anthos : Zeitschrift für Landschaftsarchitektur = Une revue pour le paysage
Herausgeber: Bund Schweizer Landschaftsarchitekten und Landschaftsarchitektinnen
Band: 45 (2006)
Heft: 4: Erlebniswelten - Inszenierungen = Mondes virtuels - mises en scènes

Artikel: Freizeit- und Erlebnisparks = les parcs de loisirs et d'attractions
Autor: Krauss, Hannes
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-139471>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 02.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Dipl. Ing. Hannes Krauss,
Landschaftsarchitekt,
HSR Hochschule für
Technik Rapperswil,
Abteilung Landschafts-
architektur

Freizeit- und Erlebnisparks

Immer mehr Menschen verbringen ihre freie Zeit in Freizeit- und Erlebnisparks. Aus der Sicht der Landschaftsarchitektur werden solche Anlagen kontrovers diskutiert. Was macht den Reiz dieser Kunstwelten aus? Entstehen sie auf Kosten von Natur und Landschaft oder leisten sie einen Beitrag zur Entlastung des Naturraumes?

Die Eröffnung des Tivoli in Kopenhagen im Jahre 1843, aber auch noch die Errichtung von Disneyland im kalifornischen Anaheim 1955 erregten weltweites Aufsehen. Inzwischen haben solche künstlichen Erlebniswelten ihren Exotenstatus längst verloren. Es gibt sie auf allen Kontinenten, sie sind ein wichtiger Faktor organisierter Freizeitgestaltung, kalkulieren mit wachsenden Besucherzahlen und werden durch verschiedene Fachverbände repräsentiert. Seit 1918 schon existiert die «International Association of Amusement Parks and Attractions» (IAAPA); 1978 wurde der «Verband Deutscher Freizeitparks und Freizeitunternehmen e.V.» (VDFU) gegründet und 1981 «Europarks – European Federation of Leisure Parks». Die Vielfalt der Parks ist beinahe unüberschaubar. Neben klassischen Freizeitparks (Holiday Park, Disneyland) gibt es Ferienparks (Center Parcs), Erlebnisparks (Mystery Park Interlaken, Legoland Günzburg), Badewelten (Erlebnisbäder, Wellness), Indoor-Sport-Anlagen (Skihallen, Indoor-Surfing) und Natur-Freizeitanlagen (Erlebniszoos, Tiergärten).

Als Freizeit- und Erlebnisparks werden im Folgenden Anlagenkomplexe verstanden, die einen mehr oder weniger grossen Anteil an überbauter Fläche aufweisen. Der Überbauungsgrad reicht vom reinen Bauwerk über Gebäudekomplexe bis zu durchkonzipierten parkähnlichen Anlagen. Eine exakte Terminologie existiert nicht; die Übergänge zwischen den einzelnen Varianten sind fließend.

L'ouverture du Tivoli à Copenhague en 1843, puis la création de Disneyland à Anaheim en Californie en 1955 suscitèrent l'attention du monde entier. Mais il y a belle lurette que de tels univers artificiels ont perdu leur caractère exotique. On en trouve sur tous les continents, ils constituent une part importante des loisirs organisés, le nombre de visiteurs est sans cesse croissant. Ils sont d'ailleurs représentés par différentes organisations professionnelles; l'«International Association of Amusement Parks and Attractions» (IAAPA) existe depuis 1918; le «Verband Deutscher Freizeitparks und Freizeitunternehmen e.V.» (VDFU) a été fondé en 1978 et le «Europarks – European Federation of Leisure Parks» en 1981. La diversité des parcs est aujourd'hui difficile à appréhender. A côté des parcs de loisirs de type classique (Holiday Park, Disney Land), on trouve des parcs de vacances (Center Parcs), des parcs à thèmes (Mystery Park Interlaken, Legoland Günzburg), des parcs aquatiques (piscines à thèmes, centres Spa et Wellness), des équipements sportifs «indoor» (pistes de ski et de surf) ainsi que des parcs dont le caractère cherche à se rapprocher de la nature (parcs zoologiques, parcs animaliers).

Il n'existe pas de terminologie exacte pour la définition des différents types de parcs de loisirs et d'attractions; les variantes sont quasi infinies. Par simplicité, nous désignerons «parcs de loisirs et d'attractions» des aménagements comprenant une part plus ou moins importante de surface bâtie, l'éventail allant de bâtiments uniques, à des complexes plus importants, voire aux aménagements à l'allure de parcs paysagers.

Le consumérisme, les sensations garanties

La nature a toujours joué un rôle important dans les pratiques de loisirs. C'est une des raisons pour lesquelles le succès des univers artificiels dérange; celui-ci signale en effet une disposition croissante à céder des pans d'autonomie dans l'organisation des loisirs au profit d'une consommation sans risque, avec la garantie d'expériences et de sensations fortes. Cette évolution n'est en fin de compte qu'un témoignage de plus pour l'emprise croissante du consumérisme dans la vie quotidienne. Les efforts individuels visant à ne pas se soumettre



Mystery Park (3)

Les parcs de loisirs et d'attractions

Ing. dipl. Hannes Krauss,
architecte-paysagiste,
HES Rapperswil, section
architecture du paysage

Konsummentalität und Erlebnisgarantie

Natur spielt seit jeher eine wichtige Rolle bei der Freizeitgestaltung. So mag der Erfolg künstlicher Freizeit- und Erlebniswelten befremden, weil er eine wachsende Bereitschaft signalisiert, Eigenverantwortung für die Gestaltung der Freizeit preiszugeben zugunsten risikolosen Konsums mit Erlebnisgarantie. Und doch ist diese Entwicklung letztlich nur ein Beleg für die Durchsetzung des Konsumprinzips in allen Lebensbereichen. Individuelle Bemühungen, dieses Prinzip zu unterlaufen, mögen ehrenwert sein; gesellschaftliche und ökonomische Trends aufhalten oder gar umkehren können sie sicher nicht.

Befremden mag auch die Art und Weise, in der beispielsweise der Mystery Park in Interlaken (durch den drohenden Konkurs in die Schlagzeilen geraten) Informationen über fremde Kulturen und vergangene historische Epochen inszeniert: In Gewerbehallenarchitektur werden Themenwelten zur Kulturgeschichte der Menschheit präsentiert, wie die Pyramiden von Gizeh, die Kulturen der Maya, die Einwohner von Papua-Neuguinea und dergleichen mehr. Warum soll man sich durch mühsame Lektüre aneignen, was sich hier an einem Nachmittag durch Anschauung erledigen lässt? Den Rezeptionsgewohnheiten einer durch Fernsehen und andere elektronische Medien geprägten Generation kommen solche «Bildungsangebote» entgegen.

à ce principe sont méritoires; ils n'arrêteront cependant pas les évolutions sociales et économiques engagées.

La façon dont, par exemple, le Mystery Park à Interlaken (dont les rumeurs de faillite ont fait la une des journaux) met en scène des informations sur des cultures étrangères et des périodes passées de l'histoire peut également paraître désolante. Dans des hangars industriels sont présentés des univers thématiques illustrant l'histoire de l'humanité, tels que les pyramides de Gizeh, la culture des Mayas, les habitants de Papouasie Nouvelle Guinée et autres sujets du même acabit. Pourquoi assimiler par une lecture laborieuse ce qui se laisse expédier en un après-midi par simple contemplation? De telles offres «éducatives» conviennent aux habitudes d'une génération façonnée par la télévision et les nouveaux médias.

Marketing et partenaires commerciaux

Les parcs de loisirs et d'attractions sont une branche importante de l'industrie du tourisme (voir encadré). Leur création se base en général sur des études de marché approfondies (par exemple analyses de rentabilité ou modèles prévisionnels). Par un choix intelligent du site d'implantation, les investisseurs cherchent à minimiser les risques économiques. Le cas du Mystery Park montre cependant que la Suisse est un terrain difficile pour l'établissement de grands univers de loisirs et d'expériences. Peut-être le pays est-il trop petit et la concurrence des attractions naturelles trop grande pour assurer un succès économique. La création de

Toujours plus de personnes passent une partie de leur temps libre dans des parcs de loisirs et d'attractions.

Comment expliquer l'attrait pour ces univers artificiels?

Leur implantation se fait-elle au détriment de la nature et du paysage ou contribue-t-elle au contraire à les soulager?





Legoland (2)



Legoland Günzburg – Kunstwelt mit perfektem Zusammenspiel der Wirtschaftspartner, Markenbindung schon für Kinder.

Legoland à Gunzburg – monde artificiel avec interaction parfaite des partenaires commerciaux, fidélisation précoce des enfants aux marques.

Marketing und Wirtschaftspartner

Freizeit- und Erlebnisparks sind ein bedeutender Zweig der Tourismusindustrie (siehe Kasten). Ihre Errichtung basiert in der Regel auf ausführlichen Expertisen zur Rentabilität (zum Beispiel Kosten-Nutzen-Analysen oder Prognosemodelle), weil Investoren durch eine ausgeklügelte Standortwahl wirtschaftliche Risiken minimieren wollen. Das Beispiel des Mystery Parks zeigt jedoch, dass die Schweiz ein schwieriges Pflaster für die Etablierung grosser Freizeit- und Erlebniswelten ist. Vielleicht ist das Land zu klein, die Konkurrenz durch natürliche, landschaftliche «Highlights» zu gross, um einen wirtschaftlichen Erfolg zu garantieren. Eine mögliche Alternativstrategie ist die Einrichtung «kleiner Erlebniswelten» (wie «Appenzeller Brunch» und «Äpler Barbecue» auf dem Säntis-Gipfel).

Bei vielen Anlagen besteht ein perfektes Zusammenspiel von Gastronomie, Souvenirindustrie und oft auch Hotellerie. Durch eine geschlossene Konzeption der Anlage wird der Besucher gezwungen, alle einschlägigen Bedürfnisse in der Kunstwelt zu befriedigen (sprich: sein Geld dort zu lassen). So werden Freizeit- und Erlebnisparks zum Kurzurlaubsressort, in dem Erleben und Vergnügen sowie Relaxen gleichermaßen möglich sind. Mehrtagesaufenthalte als «Package» (Fahrt, Unterkunft, Eintritt) liegen im Trend.

Wie eng Produktplacement und Marketing zusammenhängen, zeigt das Beispiel des Legolands Deutschland im bayerischen Günzburg. Dort fungieren Audi, Coca-Cola, Hipp, Intel, Langnese und Müller Milch als Wirtschaftspartner. So können Kinder in der Audi-Legoland-Fahrschule eine Art ersten Führerschein in einem Audi TT-Roadster machen. Der Freizeitpark dient also auch dazu, frühe Markenbindungen (das heisst wirtschaftliche Abhängigkeiten) zu erzeugen.

«petits univers de loisirs», tels que le «Appenzeller Brunch» ou «Äpler Barbecue» sur le sommet du Säntis, peut constituer une alternative.

Beaucoup d'aménagements se distinguent par une interaction parfaite entre gastronomie, industrie du souvenir et souvent aussi hôtellerie. Par la conception fermée du complexe, le visiteur est forcé de satisfaire tous ses besoins à l'intérieur de l'univers artificiel, soit y dépenser de l'argent. Ainsi, les parcs d'attractions et de loisirs sont naturellement adaptés aux séjours courte durée, en offrant des opportunités aussi bien de récréation et divertissement, que de détente et de relaxation. La demande porte de plus en plus sur des forfaits de plusieurs jours (voyage, hébergement, entrées).

Le cas de Legoland à Gunzburg en Bavière montre l'imbrication étroite du «product placement» dans la stratégie commerciale. Audi, Coca-Cola, Hipp, Intel, Langnese et Müller Milch y sont présents comme partenaires commerciaux. Ainsi, à l'auto-école Audi-Legoland, les enfants peuvent passer une sorte de premier permis de conduire dans un Audi TT-Roadster. Le parc de loisirs sert aussi à établir une fidélisation précoce aux marques, et donc des relations de dépendance économique.

«Indoor» contre «outdoor»

Du point de vue de l'aménagement du paysage, la question est de savoir si la concentration des adeptes de la détente dans des univers récréatifs artificiels peut contribuer à soulager la nature. Un coup d'œil derrière les coulisses de la Jever-Skihalle (piste de ski indoor) à Neuss en Allemagne donne des éléments de réponse. Ses fondateurs sont des professionnels des vacances et des moniteurs de ski. La région de Salzbourg et ses principales stations de sports d'hiver sont chargées de l'enneigement et de la préparation des pistes – sous le slogan «Snowed by Salzburger Land». Dans la Jever-Skihalle, viennent régulièrement se présenter des

Seiten 4 und 5: Mystery Park Interlaken – Mystik in Gewerbehallenarchitektur, Geschichte im Schnelldurchlauf.

Mystery Park Interlaken – la mystique présentée dans des hangars industriels, l'histoire en cours accéléré.



Allrounder Winter World GmbH (3)



Indoor kontra Outdoor

Aus landschaftsplanerischer Sicht stellt sich die spannende Frage, ob durch die Konzentration der Erholungsuchenden in künstlichen Erlebniswelten die Natur entlastet werden kann. Ein Blick hinter die Kulissen der Jever-Skihalle Neuss (Deutschland) hilft bei der Suche nach einer Antwort. Die Gründer der Skihalle sind Reiseveranstalter und Skilehrer. Verantwortlich für den Schnee und die Pisten sind das Salzburger Land und seine führenden Skigebiete – Motto «Snowed by Salzburger Land». Regelmäßig präsentieren sich Top-Skigebiete in der Neusser Skihalle, und im angeschlossenen integrierten Reisebüro können Skireisen dorthin gebucht werden. Die Antwort auf die eingangs gestellte Frage lautet also «nein»; Indoor funktioniert als «Appetizer» für Outdoor! Umso wunderlicher, dass gerade Reinhold Messner, der sich sehr gegen die «Kapillarschliessung» der Alpen aussprach, die Eröffnung der Kletterwand an der Jever Skihalle in Neuss zelebrierte.

Natur- und Landschaftsschutz

Aus dem Blickwinkel von Natur- und Landschaftsschutz können negative Auswirkungen vieler Freizeit- und Erlebnisparks auf die Umwelt festgestellt werden. Auch wenn moderne Anlagen unter Energiesparaspekten errichtet werden, schlägt ein unverhältnismässig grosser Energie-, Wasser- und Raumbedarf zu Buche. Abwasser, Abgase, Müll, Bodenverfestigung und -verbrauch belasten die Landschaft stark. Die Pflanzen- und Tierwelt wird gestört, Emissionen aus dem Freizeitverkehr nehmen zu. Im Legoland Günzburg wurden die Bedenken von Umweltschützern nachhaltig bestätigt: Etwa 90 Prozent der Besucher kommen mit dem Auto, da die Anreise mit Bahn und Shuttlebus zu umständlich ist. Weil Grossanlagen zur besseren Auslastung auf Massenbetrieb ausgelegt sind,

stations de renom; des voyages et séjours de ski peuvent être réservés directement sur place dans les agences de voyage intégrées. La réponse à la question initiale est donc négative; les activités indoor fonctionnent comme «apéritif» pour le «outdoor»! Il est donc étonnant que précisément Reinhold Messner, qui s'est prononcé contre la «viabilisation capillaire» des Alpes, célèbre l'inauguration du mur d'escalade dans la Jever-Skihalle à Neuss.

La protection de la nature et de l'environnement

Sous l'angle de la protection de la nature et de l'environnement, des impacts négatifs sont constatés pour de nombreux parcs de loisirs et d'attractions. Même si les complexes modernes sont aménagés en application des normes énergétiques, les besoins en ressources, eau et espace se révèlent démesurément élevés. Le paysage subit de fortes atteintes dues aux eaux usées, aux émissions, aux déchets, à la compaction et à l'exploitation intensive des sols, la faune et la flore sont affectées, le trafic augmente, etc. A Legoland Günzburg, les inquiétudes des défenseurs de l'environnement ont été confirmées: à peu près 90 pour cent des visiteurs s'y rendent en voiture, car le voyage en train et navette est trop compliqué. Dans une perspective de rentabilité, les grands complexes sont aménagés pour un public de masse et les impacts négatifs sont donc maximisés. En outre, les visiteurs restant attachés à la vraie nature, les parcs de loisirs et d'attractions sont souvent éri-

Indoor Ski in der Jever Skihalle Neuss, auf einer ehemaligen Mülldeponie.

Le ski indoor dans la halle de ski Jever à Neuss, sur une ancienne décharge.

Weitere Informationen

Kathedralen des 21. Jahrhunderts. Erlebniswelten im Zeitalter der Eventkultur. Germa Press, Hamburg 2000

Horst W. Opaschowski: Das gekaufte Paradies.

Tourismus im 21. Jahrhundert. B A T Freizeit-Forschungsinstitut GmbH, Hamburg 2001

F. Seewald, E. Kronbichler, S. Grössing: Sportökologie. Eine Einführung in die Sport-Natur-Beziehung. Limpert Verlag, Wiesbaden 1998

Silvia Stampfli-Marzaroli: Künstliche Erlebniswelten und Events. Der Beitrag Georg Simmels an das Verständnis des (post-)modernen Freizeit- und Konsumerlebnisses. Soziologisches Institut der Universität Zürich 2003

Max Stemshorn: Die Inszenierung der Freizeit. Die künstliche Welt der Freizeitparks und Ferienparadiese. Süddeutsche Verlagsgesellschaft, Ulm 2000

Pressemappe Allrounder Winter World. Skihalle Neuss. Kletterwand Neuss. Allrounder Winter World GmbH & Co Kg, Stand Januar 2004

Presse Info Tropical Island. Tropical-Islands-Allee 1, D-15910 Krausnick. Stand Mai 2006

International Association of Amusement Parks and Attractions IAAPA, 1448 Duke Street, Alexandria, VA 22314 USA. www.iaapa.org

Verband Deutscher Freizeitparks und Freizeitunternehmen e. V. VDFU, Poststrasse 30, 10178 Berlin. www.freizeitparks.de

Heiniger und Marasligil: Hardturmstrasse 126, 8005 Zürich. www.ausflugsziele.ch
www.themeparkcity.com

Parkteam AG, Lise-Meitner-Strasse 5–9, D-42119 Wuppertal. www.parkscout.de
www.europaparks.org

werden die negativen Auswirkungen maximiert. Da die Besucher trotz aller Künstlichkeit nicht ganz auf die echte Natur verzichten wollen, werden Freizeit- und Erlebnisparks oft in oder nahe bei schönen Landschaften errichtet, was zu erheblichen Eingriffen führt.

Bei aller Kritik soll aber nicht verschwiegen werden, dass beim Bau solcher Anlagen auch Nachhaltigkeitsgesichtspunkte eine Rolle spielen können. Die Jever-Skihalle in Neuss entstand beispielsweise auf einer ehemaligen Mülldeponie. Der Verlust von ursprünglicher Landschaft konnte so vermieden werden. Das «Ferienparadies Tropical Island», das in der Niederlausitz (Deutschland) auf einer Fläche von 66 000 Quadratmetern in der grössten freitragenden Halle der Welt entstanden ist, nutzt die Halle eines noch vor Markteintritt in Konkurs gegangenen Luftschiff-Projektes (Cargo Lifter). Künstliche Bade- und Tropenwelten als Folgenutzung von Gewerbebauten – ein Modell für die Zukunft?

Freizeit- und Erlebnisparks und die Landschaftsarchitektur

Es gibt beachtenswerte Schnittstellen zwischen Freizeit- und Erlebnisparks und der Landschaftsarchitektur. Die Innenwelt von «Tropical Island» wurde von internationalen Landschaftsarchitekten gestaltet. Und in der Schweiz sind derzeit bekannte Landschaftsarchitekturbüros beispielsweise mit grösseren Um- und Neugestaltungen von zoologischen Anlagen befasst. Auch die Indoor-Gestaltung

gés à proximité de beaux paysages, ce qui conduit à des dégradations considérables.

En dépit de toutes critiques, il ne faut pas passer sous silence que lors de la création de tels complexes, des critères de développement durable entrent parfois en jeu. La Jever-Skihalle à Neuss a, par exemple, été érigée sur le site d'une ancienne décharge. Ou alors la disparition de paysage originel a pu être évitée: le «Paradis de détente Tropical Island», a été érigé dans la région de Basse Lusace en Allemagne sur une superficie de 66 000 mètres carrés dans le plus grand hangar à structure en porte-à-faux du monde, construit pour un projet de dirigeable rigide qui a fait faillite avant même sa commercialisation. Des univers balnéaires et tropicaux artificiels comme recyclage de bâtiments industriels seraient-ils un modèle pour l'avenir?

Les parcs d'attractions et de loisirs et l'architecture du paysage

Il existe des interfaces notables entre les parcs de loisirs et d'attractions et l'architecture du paysage. Ainsi, les aménagements intérieurs de «Tropical Island» ont été projetés par des architectes-paysagistes de renom international. Aujourd'hui en Suisse, des bureaux réputés sont amenés à réaliser d'importants aménagements ou restructurations de jardins zoologiques. Les aménagements «indoor» offrent également des perspectives intéressantes pour notre profession.

Des architectes-paysagistes peuvent contribuer, par la mise en œuvre intelligente des instruments de l'aménagement du paysage, à minimi-

Daten zu Freizeit- und Erlebnisparks**Anzahl Freizeit- und Erlebnisparks¹:**

Schweiz:	5–11
Deutschland:	35–100
Österreich:	3–7
Frankreich:	6–30
Grossbritannien:	5–37
Niederlande:	8–19
Dänemark:	3–18

Besucherszahlen:

Weltweit:	600 Millionen Besucher/Jahr
Europa:	180 Millionen Besucher/Jahr
Deutschland:	22 Millionen Besucher/Jahr

Bekannteste Anlagen in der Schweiz:

Conny Land	www.connyland.ch
Happyland	www.happylandnew.ch
Mystery Park	www.mysterypark.ch
Schongi-Land	www.schongiland.ch
Swissminiatur	www.swissminiatur.ch

Umsatz:

Weltweit:	20 Milliarden €/Jahr
Europa:	2,15 Milliarden €/Jahr
Deutschland:	500 Millionen €/Jahr

¹ Aufgrund unterschiedlicher Begrifflichkeiten und Definitionen existieren keine absoluten Zahlen zur Anzahl von Freizeit- und Erlebnisparks. Um jedoch die Dimension und den Stellenwert derartiger Anlagen in Europa aufzuzeigen, werden hier Wertspannen abgebildet. Die stellenweise sehr grossen Schwankungen resultierten vor allem aus dem Kriterium «Grösse der Anlage». So werden beispielsweise unter den 100 Anlagen in Deutschland auch relativ kleine Anlagen geführt.



Tropical Island Management GmbH (2)

«Tropical Island» in der Niederlausitz – tropische Badewelten in der ehemaligen Montagehalle für Luftschiffe.

«Tropical Island» en Basse Lusace – univers tropical de baignade dans l'ancienne halle de montage pour les dirigeables.

bietet interessante Perspektiven für unseren Berufsstand.

Qualifizierte Landschaftsarchitekten können zudem durch den intelligenten Einsatz von landschaftsplanerischen Instrumenten in erheblichem Masse dazu beitragen, die negativen Auswirkungen von Freizeit- und Erlebnisparks zu minimieren. Auf übergeordneter Ebene gilt es, die mit der Standortwahl einhergehenden Konflikte frühzeitig zu erkennen und sachgerecht zu lösen, die Einbindung in Landschaft und Umgebung sicherzustellen. Ein fundierter Landschaftsrichtplan, der den spezifischen Anforderungen von Freizeit- und Erlebnisparks Rechnung trägt, aber auch ein regionales oder kommunales Landschaftsentwicklungskonzept sind Instrumente, die zum Einsatz kommen sollten. Mit Hilfe einer UVP sollte sichergestellt werden, dass bei der Planung den Anforderungen des Umweltschutzes frühzeitig Rechnung getragen wird.

Auch auf der freiraumgestalterischen Ebene leistet die Landschaftsarchitektur einen unverzichtbaren Beitrag zur funktionalen, ästhetischen und ökologischen Qualität des Projektes und zur Integration von Freizeit- und Erlebnisparks in unsere Umwelt. Die Entwurfsqualität kann die Eingliederung der Anlagen in das Landschaftsbild garantieren, Detailspekten, wie zum Beispiel einer art- und standortgerechten Bepflanzung, kann Rechnung getragen werden.



ser les impacts négatifs des parcs d'attractions. A un stade précoce de la planification, il s'agit de reconnaître et de résoudre les conflits afférents au choix du site pour ces parcs ainsi que d'assurer leur intégration paysagère et environnementale. Un plan directeur paysager détaillé, prenant en compte les exigences spécifiques des parcs de loisirs et d'attractions, mais aussi un concept de développement paysager régional ou communal sont des instruments adaptés. Une étude d'impact sur l'environnement devrait assurer la prise en compte des intérêts de la protection de l'environnement.

Sur le plan de la composition paysagère, l'architecture du paysage contribue à la qualité fonctionnelle, esthétique et écologique du projet ainsi qu'à l'insertion des parcs de loisirs dans nos paysages. En outre, de nombreux aspects de détail, telle la plantation d'essences adaptées au site peuvent être pris en considération par les professionnels du paysage.