

Marketing Konzept

RÖMER PARK

Hotel-, Erholungs- & Freizeitpark in Aldenhoven



Marketing & Philosophie

Karl - Heinz Albrecht

Einführung

Der inhaltliche Kern dieser Geschäftsidee beruht darauf, das Erleben von Freizeit an weit entfernten Urlaubs-, bzw. Reisezielen mittels entsprechend ausgestaltetem Ambiente und Facilities dieser Multithemenanlage RÖMER PARK, in Nähe des ausgewählten Standortes zu bringen. Ein Urlaubsdorf unter einem Dach.

Zum ersten Mal wird Freizeit und Erholung aus ganz Europa im authentischen Ambiente an einem Ort – im **RÖMER PARK Aldenhoven** – angeboten!

Dieser offene Ferien-, Freizeit-, ReCreation- und Erlebnisclub ist in seiner Art einmalig und aufgrund der Modulplanungen, reproduzierbar für weiterführende Zukunftsplanungen. Die multifunktionalen Konzentrationen der Angebotspaletten von Freizeitvergnügen und ReCreation in verschiedenen Erlebnisbereichen, machen den **RÖMER PARK Aldenhoven** zum sensationellen Treffpunkt für alle Alters- und Interessengruppen.

Ob Tagungs- und Seminarteilnehmer im Atrium - Hotel- bzw. Bungalow-Parkbereich, oder Kinder, Eltern, Tages- bzw. Urlaubsgäste des **RÖMER PARK Aldenhoven**; sie alle werden ihre ganz persönlich ansprechenden Ruheinseln, bzw. ihren aktionsreichen Anspruch auf Freizeiterleben in der konzentrierten Vielfalt dieses Angebotes finden. Freizeit (er...) leben.

Die Planung für den RÖMER PARK in Aldenhoven ist abgeschlossen. Das 760.000 m² große Grundstück, in der Nähe von Jülich und Aachen gelegen, bietet viel Platz und Raum, die mannigfaltigen unterschiedlichen Facilitybereiche des RÖMER PARK zu platzieren.

Das Erlebnisspektrum

Als ein zentraler Mittelpunkt der Multithemenanlage RÖMER PARK, fungiert der Hotel Park mit dem

ATRIUM - THEMEN - HOTEL

Dieses, in seiner Art einmalig in Europa zu findende, Themenhotel bildet mit einer Kapazität von 125 Zimmern (jeweils mit zwei Betten & Zustellmöglichkeit für weitere Schlafgelegenheiten) das erste Profitcenter.

Die architektonische Bauweise ist so ausgelegt, dass die sternförmig ausgerichteten Flügel des Atrium - Hotels, welche von einem zentralen Hauptgebäude ausgehen, mit der Einrichtung der einzelnen Flügeltrakte, jeweils landestypisches Ambiente im Mobiliar und Stil ausweisen. Die Vorgaben hierzu werden sich am griechischen, römischen, französischen, spanischem und maurischen Stil für diese Themen orientieren.

lukullisches - Feeling /

THEMENGASTRONOMIE IM GASTRO - PARK

In konsequenter Umsetzung der thematischen Vorgaben, gehen vom Atrium - Hotel vorgabegerecht Gassen aus, wie man diese auch in Griechenland, Italien, Frankreich, Spanien und Arabien findet. Die Gassen werden mit landesspezifischen Fassaden ausgestaltet hinter denen der Gast Shops und Lokale findet, die er analog der Themenvorgaben erwartet. Sie münden in idyllischen Marktplätzen, auf denen in wechselnden Programmen, Events in Anlehnung zum jeweiligen Landesthema stattfinden.

So hat die **ERLEBNISGASTRONOMIE** einen sehr wesentlichen Inhalt, um die Kernkompetenz und die Unternehmensphilosophie des RÖMER PARK mit ihren Inhalten zu füllen. Unsere Gäste erleben gastronomisch „südliche Gefilde“, welche ansonsten nur im Urlaub an weit entfernten Reisezielen zu finden sind. Hier sind und werden dieses (ER...)...LEBEN und der GENUSS an landesspezifischer Gastlichkeit nahe und in jedem Bereich geboten.

Im RÖMER PARK flanieren die Gäste über landestypische Einkaufsstrassen und Märkte zum Shopping und zur gemütlichen Einkehr beim Italiener, Griechen, Spanier, Südfranzosen oder Türken. Mit diesem Angebot können sie stunden- oder tageweise dem Alltag entfliehen und sich im übertragenen Sinne URLAUBSFLAIR zu moderaten Preisen und ZEITAUFWAND gönnen.

Mit dem **BUNGALOWPARK** im Dorfplatzcharakter mit nachbarschaftlichen Beziehungen, nicht im Wald versteckte, (125 Bungalows / Belegung bis zu 5 Personen) entstehen Kapazitäten, um für Tagungs-, Dauer- und Durchgangsgäste auf hohem Niveau konzipierte Stätten zum Genießen, Wohlfühlen und Tagen bereitzustellen.

KONGRESS-PARK

Ausgestattet mit modernsten Präsentationstechnologien wird das **Tagungs- & Kongresszentrum** „EUREGIO“ internen & externen Gästen zur Verfügung stehen. Besprechungs- und Tagungsräume (für 6 bis 1.250 Personen) stehen unseren Tagungs- und Kongressgästen zur ständigen Verfügung.

Die angrenzende KFA-Jülich sollte die Novellpreise im RÖMER PARK überreicht bekommen.

KINO & THEATER- PARK

Im Zentrum dieser Themeninsel entsteht ein Amphitheater mit einer Bühne für Events, Freiluftkinoveranstaltungen, Konzerte, kurz gesagt für alle mögliche Showacts. Das Amphitheater kann bei schlechtem Wetter mit einer speziellen Zeltdachkonstruktion überdacht werden. Als kleine Versorgungsinseln für „zwischendurch“ stehen an der Teebar u. a. Erfrischungsgetränke und kleine Snacks bereit.

Ein weiterer THERMEN - PARK bildet die Saunalandschaft

mit harmonisch abgestimmten Bade-, Massage- und Wellnessbereichen stehen im Vordergrund der angebotenen Facilities; sie stehen dem Badegast gleichermaßen, wie dem Entspannung und Erholung suchenden Dauergast zur Verfügung. Akustikschranken und teilweise räumliche Abgrenzungen helfen entscheidend mit, dass auch unter diesem Aspekt die Harmonie gewahrt bleibt. Wasser und Wärme heißt Therme. Nicht zu verwechseln mit Thermal.

FUN & ACTION mit qualifizierter ERLEBNISPÄDAGOGIK erleben unsere „Zukunftsgäste“ in ihrem und immer eigenem

...KINDERLAND

Ohne den Anspruch auf eine umfassende Betreuung in Form von vergleichswisen Kinderhorten, Kindertagesstätten oder ähnlichem zu erheben, erfüllen wir zwangsläufig aufgrund bestehender gesetzlicher Bestimmungen diesen Anspruch in vollem Umfang und überschreiten diesen sogar. Das KINDERLAND ist sehr komplex ausgestaltet und spiegelt mit Facilities wie Seeräuberschiff, KIDSDORF, Ritterburg und Wikingerlager (um nur einige zu nennen) altersgruppengerecht FUN & ACTION. Das KINDERLAND ist frei von Erwachsenen mit Ausnahme des betreuenden und anleitenden Personals. Ohne sich mit Prognosen über den kommerziellen Erfolg des KINDERLAND aus dem Fenster zu lehnen, erwarten wir großen Zuspruch und Zustrom von unseren „Zukunftsgästen“. Die Idee zum Kinderland wurde in Zusammenhang mit einem Vorlaufprojekt geboren, bei dem der Initiator der RÖMER THERMEN (K. H. Albrecht), über die Dauer von sechs Wochen ein Feriencamp eingerichtet hat, welches nicht nur ausgebuchte Teilnahme, sondern auch sehr großen Zuspruch erfahren hat. Aus dieser Erkenntnis heraus, begründet sich dieses Investitionsvorhaben durchzuführen, deren Ideengeber zu einem großen Teil aus Kinderwünschen heraus resultieren.

Dieses Kinderland unterscheidet sich deutlich von mit bewerbenden Freizeitparks- und Einrichtungen. Es stehen keine Fahrgeschäfte wie Karussells und Achterbahnen im Vordergrund. Interaktiv nehmen die Kids von 4 bis 15 Jahren am Geschehen im Kinderland teil. Sie erleben im authentischen Ambiente eines themenbezogenen Umfelds – im Wikingerlager, in Kids town, auf der Burg oder im Seeräubercamp ihre ureigensten Erlebniswelten und „beleben“ diese mit eigener kreativer Aktivität, Gemeinschaftserleben zu gestalten. In einer hotelartigen Jugendherberge werden sich Zukunftsgäste wie im „Abenteuerland“ (Pur) fühlen.

Im **SHOPPING - PARK** als Themeninsel

werden unseren Gästen landestypische Erzeugnisse wie Mode, Schmuck, Souvenirs, Spezialitäten (Wein, Feinkost etc.) aller im RÖMER PARK vertretenden Kulturkreise angeboten. Auch hier ist das Marktzentrum dieser Erlebnisstätte multifunktional ausgestaltet. Ob Wochenmarkt, Basar oder Placa; mit wenig Aufwand wird dieses Zentrum gestaltet und auf den jeweilig, aktuellen Themenschwerpunkt ausgerichtet. Straßenmusikanten, Portraitmaler und andere Aktionismen prägen neben Shopping dieses Erleben. Mit Wein- und Feinkostproben können sich unsere Gäste „zwischen durch“ in aufgelockerter Atmosphäre verköstigen.

Der **SPORT – PARK**

im „Land der Kräfte“ bietet sich mannigfaltig und abgestuft auf Leistungswillen- & Können unseren Gästen ein reichhaltiges Angebot, um ihre Kräfte einzuschätzen und diese zu fördern. Ob Fitnesstraining an modernsten Geräten, Tennis auf 2 Courts, Badminton- und Ballspielplätzen – hier wird für „jedermann- oder Frau“ – im Thema „Fit & Fun“ etwas geboten. Gruppengymnastik, bzw. Spiele unter Anleitung von qualifizierten Animatoren, oder entspannende Einzelmassagen von Physiotherapeuten, erweitern dieses Erlebnisangebot. Bowling und Kegeln kann sich auch positiv ergänzen. Das größte Radfahrwegnetz in NRW liegt vor der Türe. Die Region wird zum größten Naherholungsgebiet in der BRD ausgebaut.

Der **WALD- & SEE – PARK**

Diese Bereiche von RÖMER-PARK Aldenhoven bedeutet ebenfalls einen hohen Stellenwert. Der Wald & See –Park wird auf einem hohen Niveau auch für die Tagesgäste (z.B. Aldenhovener) allein zu benutzen sein. Um den See herum entstehen befestigte Wege mit Laternen für eine verträumte Beleuchtung. Wanderwege durch den Wald werden zu vielen Stationen führen z.B. Grillstation, Winterstation mit Glühwein, Wiener Waldpavillon, Baumhaus-Cafe, See- Cafe (Cafe Wichtig) , Schiffs- Cafe, Fischer- Dorf, Kanu- Station, Streichelzoo, uvm.

Der See wird mit Wasserspiele / Brückensysteme / Lichteffekte / Bachläufe / Brunnen / Strand und Ruheinseln zu einem zentralen Mittelpunkt von Römer-Park und über alle Bereiche der 750.000 m verbunden.

Weitere kleine Seen und Bachläufe geben RÖMER-PARK seine „NOTE“.

Erlebnisfazit

„...quo vadis ?“ – wohin gehst Du ? ist nicht nur geflügeltes Wort oder Allgemeinplatz für uns und den RÖMER PARK. Unsere Unternehmensphilosophie will aus dem DU ein WIR gestalten. Aus der Einheit des individuellen Anspruchs nach ERHOLEN & ERLEBEN ein Zentrum erschaffen, in dem WIR uns alle wieder finden können. Die Grundphilosophie in dem Vorhaben ist in jedem Bereich, auf jeder Insel kommunikative, zentrale Mittelpunkte zu schaffen. Zusammenführen anstatt trennen.

Alle Konzeptionen und die dazugehörenden, betriebswirtschaftlichen Kalkulationen, sind auf der Grundlage sorgfältiger Berechnungen, Recherchen und grundsoliden kaufmännischen Gepflogenheiten begründet.

Philosophie

Es gibt eine Reihe von Möglichkeiten ein Konzept zu entwickeln, was einer Region und der Idee gerecht wird und Erfolg verspricht . Ich bin sicher, dass ich für diese Region

ein neues und überzeugendes Konzept

erarbeitet habe und noch bis zu seiner Realisierung immer weiter anpassen & formen werde.

Das..... RICHTIGE KONZEPT

am..... RICHTIGEN ORT.....

mit dem..... RICHTIGEN MANAGEMENT...

**...bringt jeden Tag mind. einen
Besucher mehr**

...wir beginnen mit 870...

Ich sehe einen dringenden, ja nötigen Handlungsbedarf in der EUREGIO für zwangsläufig,... erforderlich und mit der Positionierung von **RÖMER-PARK** durch folgende Faktoren begründet:

1. Entwicklung und Umsetzung völlig neuer und innovativer Freizeitkonzepte
2. erheblicher Nachholbedarf auf diesem Sektor nach der Re-Industrialisierung
3. steigender Bedarf bei kürzeren aber mehreren Urlaubsphasen in
4. steigende Kosten von langen Urlaubsreisen ins Ausland
5. 12-17% tige Steigerungsraten jährl. im Freizeitbereich in den letzten 10 Jahren
6. gesteigertes Niveau bei den Konsumenten
7. erhöhtes Gesundheitsbewusstsein bei der gesamten Bevölkerung - Wellness
8. Verantwortung von Firmen und Betrieben für die Gesundheit der Mitarbeiter

9. regionaler Bedarf von allgem. Freizeiteinrichtungen im Umfeld der EUREGIO
10. Zukunftsprognosen der Region
11. 16 Millionen Menschen im Umkreis von 2 Stunden Anfahrt und keine solche Anlage
12. Konzentrierte, kommunikative Treffpunkte schaffen. Die Menschen wollen wieder raus.
13. 350 – 500 Arbeitsplätze werden geschaffen und positiv gesehen
14. Die Funktionen und die Berufsbilder sind wie geschaffen für diese Region

Diese oben genannten Punkte lassen nur eine gedankliche Richtung zu.

RÖMER-PARK in dieser Region sofort zu installieren

[Seitenanfang](#)

Freizeit wird immer mehr :

RÖMER-PARK !

und die Zukunft in Aldenhoven

Von 1950 bis heute hat sich die Anzahl der **freien Tage** von 86 auf 165 Tage im Jahr **verdoppelt**. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes wird in ca. 10 Jahren - also 2016 - die Freizeit, die Arbeitszeit bei weitem übertreffen. 150 Arbeitstage stehen dann 215 freien Tagen gegenüber. Betriebe bieten auch immer mehr Sport an. Der Wunsch nach geistiger und körperlicher Fitness, ist in den weiten Bevölkerungsschichten überall spürbar. Ein normaler 4 Personenhaushalt gab 1965 lediglich 1.200,-- DM im Jahr für Freizeit und Erholung aus. Nur 20 Jahre später, - also 1985- waren es bereits 5700,-- DM. 2000 waren es schon unwahrscheinliche ... 8.500,-€. (**Steigerungsrate ca. 400%**). Heute sind es nach weiteren 6 Jahren, sage und schreibe **10.990,-- €**. Denkt man an viele Singles und Doppelverdiener, liegt die Summe über 12.000,-- € pro Jahr. Buchen Sie zum Beispiel einmal Center Parcs.

Die stärksten, persönlichen Motivationen im Freizeitbereich liegen in Abwechslung, **Kommunikation**, Erholung und Gesundheit. Der Trend geht zum Kurzurlaub vor der Haustür - und sei es nur für ein paar Stunden - meist mit Familie, oder mit Freunden. Die Menschen haben seit ewigen Zeiten den Drang zu den Urelementen Wärme und Wasser. Seitdem die Menschen in der Lage sind, sich durch Arbeit nicht nur Essen, Trinken und Kleidung sicherzustellen, gönnen sie sich Urlaub und Erholung, und dies vorzugsweise am Meer und im sonnigen Süden. Viele bleiben zu Hause, besonders bedingt durch die Kosten, die ein Urlaub heute verursacht. Warum also bringen wir den immer mehr Daheimgebliebenen nicht eine **Atmosphäre näher**, in der man sich wohl fühlen, alles finden kann und doch ganz nah zu Hause ist ? Im Gegensatz zu modernen Freizeitaktivitäten, die auch mal öfter von der Bildfläche verschwinden, gehört z.B. Sauna nicht erst seit heute, sondern schon seit Jahrtausenden zum festen Bestandteil des BADELEBENS. Sie hat sich seitdem, unterbrochen von einigen badefeindlichen Epochen, bis heute nicht nur erhalten, sondern gewinnt mit der allgemeinen positiven Freizeitentwicklung **immer mehr Anhänger** und Bedeutung in unserem Leistungsprinzip des Lebens. Dies verdeutlicht eine Übersicht der zur Zeit zahlreichen Saunaanlagen:

- 7000 öffentliche Saunaanlagen
- 5000 Hotel- und Pensionssaunen
 - 3000 Sportcentersaunen
- 600 Klinik- und Sanatoriumssaunen
- 600.000 Privatsaunen (in denen man öfter nur allein sitzt)

Zuwachsrate jährlich 40.000 bis 50.000

Quelle: Fitnessmarkt 3-4/03

Mit der **Verwirklichung von RÖMER-PARK** plane ich nichts anderes, als eine moderne, wunderschöne und Ferien- Freizeit- PARKLANDSCHAFT , verbunden und eingebunden in entsprechende Peripherie, mit einer tollen Verkehrsanbindung , **in Einklang mit viel Natur**, bei diesem schönen Standort und thematisiert zu bringen.

Eine solche Anlage muss nicht immer Millionen verschlingen, was aber oft ist. Ob Groß oder klein, ob edel oder einfach . Sie kann nur erfolgreich sein, wenn man sich realitätsbezogen auf folgendes, bei der Grundplanung konzentriert:

Gesunder Menschenverstand, nicht profilsüchtig und dabei überschaubar, mit nicht so hohem Risiko und sinnvoll geplant. **Keine Denkmäler**, sondern eine **geschäftliche, gesunde Grundlage** für lange Jahre.

Das Grundkonzept heißt:

Kommunikation unter allen Bevölkerungsschichten ,

Nie zu vergessen dabei sind : Kinder, Sportler und Rentner, was öfters geschieht.

Oder: 6-8% der Deutschen zwischen 18 und 65 Jahren gehen mehr oder weniger regelmäßig in die Sauna. Gesundheit und Wohlbefinden sind hierbei die Hauptmotive. 62% wollen sich abhärten, 70% suchen Entspannung und Erholung. 32%, meist Frauen, suchen die Sauna auf, um besser auszusehen. Die Freizeitanlagen von heute präsentieren sich als ein Ort, an dem Menschen mit einer aufgeschlossenen kontaktfreudigen Grundhaltung sich treffen, **miteinander kommunizieren** und ihre Freizeit auf angenehmste Weise verbringen wollen. Im Zuge der steigenden Attraktivität von Freizeitanlagen haben sich auch die Aufenthaltszeiten der Besucher verlängert. **Je besucherfreundlicher** die Anlage ist, **desto länger** ist auch **die Verweildauer**, die manchmal einen ganzen Tag in Anspruch nehmen kann. Daher sollten heute auch die entscheidenden Angebote zum Thema Gesundheit, Fitness und Freizeitspaß in einer neu konzipierten Anlage klug überdacht und zum Besucher hin orientiert werden.

Die Akzeptanz, der Bedarf und der damit verbundene wirtschaftliche Erfolg ist auch an Hand von vielen Beispielen nachweisbar, zumal bei einer solchen Lage und Vorbedingung, wie es Aldenhoven bieten kann.

Befragungen und Untersuchungen ergaben, dass ein möglichst breitgefächertes Erholungs- und Freizeitangebot auf Dauer die Gäste veranlasst, sich für einen bestimmten Ort und einer bestimmten Anlage, mit komplexen Angeboten zu entscheiden.

Ziele zum Beispiel sind :

70% aller **Saunagänger sind Stammgäste!** Damit auch ein Garant für eine langfristige Auslastung. Aber dies bedeutet auch eine **längere Anlaufphase**, um die Saunagäste dann zu einem Wechsel zu animieren..

Ein wirklich professionelles Marketingkonzept,...

was sehr selten ist,...das richtige Know-How & Anlagenmanagement und der jetzige Standort von .

Kooperationen mit Hotels, Vereinen und Gästen bekommen ganz **neue Dimensionen**, wenn man nur schon an die WM 2006 denkt.

Unterhaltungsprogramme bieten laufend Abwechslung. Oder hat man so etwas schon mal erlebt wie Feriencamps, Sauna-Zirkel oder Aufgüsse ganz spezieller Art - die man nie vergisst -, oder eine Erlebnisweltreise ins Abenteuerland...

...und das in Aldenhoven einer rheinländischen Region.

Wenn man mit dem richtigen Management, am richtigen Ort und mit den richtigen Maßnahmen den Erfolg sucht, dann findet man ihn auch.

Nachweislich schreibt jede 100 %
privatwirtschaftlich betriebene Freizeit-Anlage
nur schwarze Zahlen
und das seit Jahrzehnte.

[Seitenanfang](#)

Der Freizeit- & Erholungspark im Herzen Europas

Das Konzept **RÖMER - PARK** ist ein wirtschaftlicher, wichtiger sowie positiver Faktor und vor allem ein Zugpferd für die Region mit unbeschreiblichen Synergien.

Mit über ca. 60 km Einzugsgebiet, - wie es in der Analyse zu sehen sein wird.

Eine Freizeitanlage, wie hier vorgeschlagen, ist in weiter Umgebung nicht zu finden, aber **den heutigen Bedürfnissen unserer hiesigen Region** angepasst.

Sie ist notwendig und besonders im Trend der Bürger.

Freizeitparks, ein positives Beispiel, haben die Bedürfnisse von Kurz- und Mehrfachurlaubern schon lange erkannt und teilweise erfolgreich umgesetzt. Zahlreiche Beispiele gibt es. Gute Konzeptionen, sowie viele gute und **neue Erkenntnisse** im Freizeitbereich mit sehr vielen Zielgruppen, gibt das für Aldenhoven erarbeitete Vorhaben erfolgreiche Zukunftsperspektiven, da auch die geplante Investitionshöhe überschaubar ist und nicht hohe Luftlöcher verspricht, die von manchen Planern heute versprochen, aber nicht gehalten und auch nie verwirklicht werden. Schwarze Schafe gibt es überall. Aber Gute tönen nicht laut.

Gerade in der **Region Düren – Aachen**, mit der entsprechenden Geschichte und dem nötigen Freizeitbedarf, muss neben der neuen, industriellen Innovation ein Freizeitangebot bestehen, um **Lücken** zu schließen. Die Steigerungsrate 2003 in der Freizeitindustrie lag im Bundesdurchschnitt immerhin bei **13,5%**. In unserer Region bei **14.5 %** in 2005 und das mit steigender Tendenz.

Zur Zeit haben wir hier in unserer Region 17,3% Unterkapazität im Hotel- Übernachtungsbereich.

Verschiedenste Erlös- und Profitcenter, der von mir geplanten Konzeption **decken sich** innerhalb eines Geschäftsjahres und tragen somit dem regionalen Wirtschaftswachstum, als die ideale Ergänzung für die in der Region bestehende, technologische Umstrukturierung positiv bei.

Im privaten Freizeitbereich sind Arbeitsplätze beliebt,... hochwertig und haben bei mir in der Firmenphilosophie von RP eine ganz hohe Priorität.

Warum? Dies wird von mir im Laufe des Konzeptes noch erläutert werden .

Weitere attraktive Anziehungspunkte sind:

- die Nähe zu den Oberzentren Düren, Aachen, Köln und Gladbach, Selfkant und Eifelrandlage bis über Düsseldorf hinaus.
- gesunder Ortskern,... und dann diese neuen Anlage.
- die nahe liegenden Autobahnen A 4 , A 44 und A 46 sowie tolle Zubringer mit Bundes- & Landstr.
- aber noch einiges mehr wie z.B. Eifel-Ruhe mit vielen Wandermöglichkeiten.

Himmerich zum Beispiel mit seiner Großraumdisco und 10.000 Besucher an einem Samstag liegt auf dem Land,... in einem Ort von nur ca. 400 Einwohnern.

Entscheidend sind viele Faktoren, die ich im Zusammenhang noch nennen werde. Stetiger Ausbau und Aufbau des Konzeptes, sowie insbesondere Rücklagenbildungen und verlässliche Partner,... bedeuten Sicherheit mit Zukunft.

Konzeptions- und Einzugsgebietanalysen lassen darauf schließen, daß diese Anlage und das von mir vertretene Konzept, am Rande von zahlreichen interessanten Gemeinden und Städten, und somit doch zentral gelegen, sich wirtschaftlich etablieren wird. Viele Maßnahmen, zum Beispiel mit der Stadt oder mit Verbänden, mit dem Vereinsleben, oder mit vielen Gästen lassen auch ungeahnte Möglichkeiten offen und sind für die Region ein willkommener, positiver

Werbefaktor.

Auf einem bestehenden Gelände ist es höchst interessant, die anzustrebende Nutzung in Einklang mit der Natur zu bringen. Der Charakter, das Ambiente und das daraus zu erzielende Ergebnis, hat für mich nur eine Schlussfolgerung:

Nach Fertigstellung wird diese Konzeption, - von Erholung bis Gesundheit, von Fitness bis Freizeit, von Vergnügen bis Relaxen, - alles vereinen, um zu einer der interessantesten Freizeiteinrichtungen in der Euregio zu werden.

RÖMER-PARK

Aldenhoven
(tabellarisch)

Das Erlebnis-Hotel

- o mit ca. 125 Gästezimmer im Viersternekomfort, sowie komfortabel ausgestatteten Speise- bzw. Bankettsälen, mit hochwertige Technik ausgestattete Tagungs- und Seminarräumen bietet der Hotelbereich gediegenen Luxus, der besonders im Flair und in der Hauptsache im Service unseres Hauses zum Ausdruck kommen soll. Hier hat der Initiator ganz genaue Vorstellungen von optimaler Dienstleistung, die viele in unserer Region nicht kennen werden. Neue Vorgaben und Ideen mit dem Umgang unserer Gäste werden in Deutschland somit endlich neu bestimmt und Vorbild werden. Das Atrium- Hotel spiegelt verschiedenste Urlaubsländer wieder und ist durch seine verzaubernde Architektur darauf aus, ein Gefühl wie im Urlaub zu vermitteln. Zimmer, Etagen und Peripherie bringen den Gast jeweils in ein anderes Land.

Der Bungalowpark

- o mit dem BUNGALOWPARK werden zusätzliche Kapazitäten für den Hotelbereich erstellt. Ca. 125 Bungalows mit jeweils 5 Betten Unterbringungskapazität erweitern entscheidend das Spektrum zum Gesamtangebot der Freizeit- und Erholungswelt, damit unsere Gäste auch langfristig bei uns verweilen können. Die Häuser sind im Dreisternekomfort eingerichtet und im Dorfplatzcharakter mit Markt und Gassen. Ein eigenständiges verträumtes Dorf. Selbstversorger finden in den Häusern eine Küche mit Töpfen und Geschirr. Romantiker fühlen sich wohl vor offenem Kaminfeuer. In dieser Kategorie sind entsprechend moderate und neuartige Preise kalkuliert worden, welche unter Kostenaspekten auch für ganze Familien bzw. Minigruppen äußerst lukrativ zu buchen sind. Hotel und Bungalowgäste sind typische Nutzer der Gesamtanlage von **RÖMER-PARK Aldenhoven**. Hieraus rekrutieren wir natürlich auch **viele Stammgäste**. Ein wichtiger Marketing - Aspekt ist u.a., die Stammgäste mit der Region zu verbinden. Kommunikation zu schaffen ist die Hauptaufgabe von RÖMER-PARK. Miteinander ein tolles "WIR" - Gefühl zu schaffen ist eine der Grundideen.

Die Erlebnisgastronomie

- o gastronomisches und lukullisches Erleben in landestypischen Restaurants, die in malerische, südländische Dorfplatzambiente eingebettet an und in Märkten, Arkaden und Promenaden gelegen sind.

Auch auf den Märkten werden den Gästen ohne langen Reiseweg in jeweilig zutreffender Landesmanier von Händlern feilgeboten. Shopping macht hier besonders Spaß und wird zum Erlebnis. Herren, Damen, Kindershops, aber auch Musik, Bademoden und Dessous für die besonderen Tage im **RÖMER-PARK Aldenhoven**.

Der Multifunktionspark

- o ausgerüstet und gestaltet für jede Art von Veranstaltungen wie z.B. Konzerte, Musicals, Theater, Messen & Kongresse bis zu 3000 Gästen, oder auch die eine permanent durchgehende Kinowelt, sowie Sportstätten mit Flair bilden mit dem Multifunktionspark in seiner Kompaktheit und Vielfalt den echten Anreiz, eine weitere Attraktion von **RÖMER-PARK Aldenhoven** gesondert und **eigenständig** zu besuchen.

Die Inseln der Ruhe

- o zwischen dem Element WASSER und dem Umpfinden WÄRME werden Inseln der Ruhe wie kleine Paradiese zum Müßiggang gestaltet. Strandeffekte in vielen Buchten lassen Träume erlauben. Hafenanlagen mit Fischgastronomien lassen ahnen was **RÖMER-PARK Aldenhoven** erleben läßt.

Die Saunaparklandschaft

- o auf der bekannten, aber auch hierzulande unbekanntem Vielfalt saunieren zu können, wird das Thema SAUNA konsequent und sehr harmonisch abgestimmt, in Architektur und Nutzungseffizienz in einer einzigartigen Saunalandschaft umgesetzt. Saunieren wie man es noch nie erlebt hat.

Der Gesundheitspark

■ unser ganz spezielles Angebot liegt in Seminaren für positive Gefühlsempfindungen. Hierzu nutzen wir u.a. die Multifunktionalität der eingebundenen Facilitys von **RÖMER-PARK Aldenhoven**. Im Prinzip bilden diese ganzheitlich gesehen, die Grundlage und Voraussetzung explizit auf die Bedürfnisse von Harmonie und Ausdrucksempfinden einzugehen. Masseur, Sportlehrer, sowie Gestaltungs- und Bewegungstherapeuten werden diesem Anspruch sicherlich gerecht und ein fester Stamm von Mitarbeitern.

Das Land der Kräfte

- o wir treten mit unserem Ambiente aus dem Klischee von Fitnessstudios deutlich heraus. Im LAND DER KRÄFTE werden zwar Technik und Fitnessgeräte nach modernstem Stand zum Aufbau von Körper , Geist und Seele und nicht nur für den Muskelaufbau für unsere Gäste bereitstehen. Nicht an dem Muskelumfang werden wir messen, sondern an dem Körperempfinden unserer Gäste. Der WOHLFÜHLFAKTOR zwischen Körper und Geist und somit der Seele bildet hierzu Adäquat- ganz ohne Wettkampf unser Schwerpunkt.

Das Kinderland mit Abenteuergarantie

- o Autark und separat, sowie auch räumlich getrennt vom übrigen Geschehen der Hotel- und Freizeitanlage werden die Träume unserer Zukunftsgäste wahr. Kinder und Jugendgerecht ausgestattet und gestaltete Bereiche, erwarten Abenteuer, Spiel und Fun diese für uns sehr wichtigen Gäste. Von unseren sehr sorgfältig selektierten Betreuern sollen die Kids angewandte Erlebnispädagogik, ohne Schul-, oder Kindergartenstress erfahren. Verschiedenartig ausgerichtete Thematisierungen im Angebotsspektrum stellen eindeutig das ERLEBEN in den Vordergrund und machen die praktizierte Pädagogik „unsichtbar“. Unsere Strategie zielt darauf ab, nicht nur Durchgangsgäste mit Kindern anzusprechen. Vielmehr legen wir einen großen Schwerpunkt darauf, regional eine Art von offener Kindertagesstätte zu werden. Das regional vorhandene Angebot an Ganztagsbetreuung ist sehr spärlich gesät und entsprechend hoch wird die Nachfrage bei berufstätigen Eltern sein, ihre Kinder sicher in dem **RÖMER-PARK Aldenhoven** zu sehr moderat kalkulierten Wochen – bzw. Monatsgeldern, untergebracht zu wissen.

Der Kegel- und Bowlingpark

Der Tennis- und evtl. Out- oder Indoor- Golfpark

Der Badminton- und Bocciapark

Der Reitpark mit Reit- Park-Hotel

- o diese genannten Bereiche sprechen für sich und vervollständigen das hochkonzentrierte Freizeit- und Erholungserleben von **RÖMER-PARK Aldenhoven**.
- o diesen letztgenannten Teilbereiche werden unter Umständen teilweise Fremdinvestiert und dann auch fremdbetrieben. Der **RÖMER-PARK Aldenhoven** ist aber an allen Unternehmen mit

Beteiligung stimmberechtigt und garantiert somit die Corporate Identity des Gesamterscheinungsbildes.

· **Der Seniorenpark**

- o diese Bereiche widmet der Initiator von **RÖMER-PARK Aldenhoven** eine gesonderte Beachtung und Ausarbeitung. Nur hier in der Kurzbetrachtung soweit genannt, ist das Zukunftsgefüge von **RÖMER-PARK Aldenhoven** auf das hohe Potenzial der älteren Generationen konzentriert. Die Akzeptanz unserer älteren Mitbürgern wird enorm sein, da gerade diese ein hohes und immer höheres Bedürfnis an Freizeitgestaltung haben. Auch lange Fernreisen braucht man nicht mehr, aber man ist endlich mal weit weg mit seinen Gedanken und Träumen.

· **Der Wald & See – Park**

- Diese Bereiche von **RÖMER-PARK Aldenhoven** bedeutet ebenfalls einen hohen Stellenwert. Der Wald & See –Park wird auf einem hohen Niveau auch für die Tagesgäste (z.B. Aldenhovener) allein zu benutzen sein. Um den See herum entstehen befestigte Wege mit Laternen für eine verträumte Beleuchtung. Wanderwege durch den Wald werden zu vielen Stationen führen z.B. Grillstation, Winterstation mit Glühwein, Wiener Waldpavillon, Baumhaus-Cafe, See- Cafe (Cafe Wichtig) , Schiffs- Cafe, Fischer- Dorf, Kanu- Station, Streichelzoo, uvm.
Der See wird mit Wasserspiele / Brückensysteme / Lichteffekte / Bachläufe / Brunnen
Strand und Ruheinseln, zu einem zentralen Mittelpunkt von Römer-Park und über alle Bereiche der 760.000 m verbunden. Weitere kleine Seen und Bachläufe geben
RÖMER-PARK seine „NOTE“.

Zum Konzept Römer-Park "Ihr Erholungspark in Aldenhoven"

In Anbetracht, dass man nun nach eingehenden Beratungen auch aus den wirtschaftlichen Perspektiven heraus die Option auf 760.000 qm in Abstimmung mit den Banken einbezieht, ergeben sich folgende Erweiterungen:

Das Zugpferd RÖMER-PARK, im vorliegenden in sich schlüssigen Konzept, wird auf einer Gesamtfläche von nun 760.000 qm Grundbesitz als Grundbesitzeigentümer im Anlagevermögen erhebliche wirtschaftliche Perspektiven haben und den wirtschaftlichen Erfolg garantieren.

Namensgebung für ein Gesamtkonzept auf 760.00 m²

Zu den angedachten Einrichtungen auf dem Gesamtareal ist die Firmierung wie folgt vorgesehen:

**"RÖMER-PARK" die " MULTI-THEMEN-FREIZEIT-ANLAGE" in der
Euregio steht nicht alleine als Grundlage**

Für das zukünftige Auftreten in Bezug auf **CI** und die Erweiterungen zum Gesamtkonzept, sowie der verschiedenen Gründungs-Verträge, sind folgende Firmierungen vorgesehen:

- für die Dachgesellschaft
- **RÖMER-PARK AG** (heutige Verwaltungs- GmbH ,... gegr. 16.3.2006)
- für die Projektentwicklung
- **RÖMER-PARK Projekt-, & Entwicklungs- GmbH & Co. KG** (gegr. 16.3.2006)
- nur für Marketing und Werbung
- **RÖMER-PARK Medien & Marketing GmbH & Co.KG (IHR Erholungspark in Aldenhoven)**
- für offizielle Korrespondenz und spätere geschäftl. Tätigkeiten:
5 versch. weitere **RÖMER-PARK GmbH's Aldenhoven**

Der Titel Erholungspark ist ...

1. seriös klingend (nicht Freizeit, Spaß, oder andere negativen Eindrücke) und
2. bezieht alles mit ein: Seele, Körper, Motivation und Kraft tanken, Medizin. etc. und
3. einzelne Abteilungen werden der CI angepasst; z. B. Wasserpark, Sauna- und Wellnesspark, Hotelpark, Medien-Park, Kinderpark, Tennispark, Reitpark, Autopark, Römerpark, Museumspark Centralpark, Parkstadion, ...

Zur Grundstücksfrage

Der Ankauf von 760.000qm ergibt ein sofortiges Anlagevermögen der AG von insgesamt 760.000qm , das für immer im Besitz der **RÖMER-PARK AG** bleibt.

Vorteile:

- a) Einflussnahme auf die zukünftigen Anlagen und Objekte, die nur zugelassen werden, wenn diese zur **RÖMER-PARK** -Thematik passen.
- b) flexible Planungsmöglichkeiten
- c) steuerliche Vorteilnahme durch Investitionsspielräume bei Beteiligungen, oder Erstellungen von Objekten
- d) bei ca. 7,-€ Verpachtung /qm z. B. ist das gesamte Grundstück von 760.000qm nach ca. 6 1/2 Jahren von den Untergesellschaften bezahlt und voll im Eigentum von **RÖMER-PARK AG** .
- e) flexible Steigerungsmöglichkeiten von Investitionsvorhaben und Abschreibungen
- f) automatische Wertsteigerungen bei Zusammenführung zu einem Freizeitpark
- g) Energieschöpfung in der Zusammenführung der Energieanlagen, siehe Profitcenter **RÖMER-PARK**, Techn. (z. B. BHKW), z. B. Stromerzeugung für alle angrenzenden Nachbarn.
- h) noch optimalere Verhandlungsspielräume für weitere Entstehungen, Bautätigkeiten und Verträge.

Einrichtungen auf dem Gesamtareal

Nun zu den Einrichtungen selber, die neben der Therme und des Hotels zusätzlich installiert werden.,... auch in der Reihenfolge gesehen sind folgende Prioritäten anzustreben:

1. RÖMER-PARK - **Atrium - Hotel** Park (ca.125 Zimmer) versch. länderspezifischen Etage und Zimmern
2. RÖMER-PARK - **Bungalow-Park** (mit 125 Bungalows) in einem Dorfplatz -Charakter
3. RÖMER-PARK - **Kinderland & Abenteuerland**
4. Römer-Therme - **Wasser - Land**
5. Römer-Park - **Sauna, Fitness & Wellness**
6. komplette Einfriedung des Gesamtgrundstücks mit optimaler romantischer Wegegestaltung (Wertsteigerung) mit **See-, & Parklandschaft auf hohem Niveau mit Wiener Cafegarten/Glühwein und viele Personal betreute Stationen.**
Drehkreuze einzeln nutzbar.
7. RÖMER-PARK - **Gastronomie -Dorf**
8. RÖMER-PARK - **Shopping Mall im Dorfplatzcharakter**
9. 5 bis 10 **Bundeskegel, & Bowlingbahnen**
10. **Badmintonhalle**
11. **evtl. externer oder interner Reiter-, & Ponyhof , Kutschenfahrten, Droschkenbetrieb**

u.v.m.

**Golfplatz / Wanderwege / Seebetrieb / Tauchclub / Jahrmarkt /
Karussellbetriebe / Trimpfade**

und andere Einrichtungen sind , oder werden automatisch sich
hinzugesellen

[Seitenanfang](#)

Besondere Anmerkung zu 3. Kinder- & Abenteuerland

Kinder-Abenteuerland: Diese Erweiterung ergibt sich auch aus der gesamten Philosophie von RÖMER-PARK.

Kinderland Camp Aldenhoven – Neben der neuartigen Konzeption der Gesamtanlage wird hier ein Bereich entstehen, der auf seine Art auch einmalig in Europa sein wird.

HOLLAND - - - - - ENGLAND - - - - - DEUTSCHLAND - - - - -

KINDERLAND

Dieses Wortspiel hat zu Gedanken angeregt, die ohne „Grenzen“ sind. Ein Land oder eine Insel für Kinder, die ich nun provokativ vergessene Kinder nennen will. Eltern haben keine Zeit mehr, weil sie ihr Haus bezahlen müssen, weil sie für den Spanienurlaub noch mehr sparen müssen oder weil sie als Alleinstehende ihren Job erhalten müssen. Alle und auch die Top-Führungsleute haben keine Zeit für ihre Kinder. Diese Kinder sitzen den ganzen Tag vor ihrem Computer oder ihrem Fernseher oder laufen ohne Halt und drohender Gefahr auf den Straßen herum. Es gibt kaum noch Jugendgruppen, Pfadfinder oder sonstige pädagogisch wichtige Einrichtungen. Organisationen wie Kirchen und Gewerkschaften haben kein Geld mehr.

1993 habe ich mit einem Test diese Idee kreierte und in einer Aktion gezeigt wie es gehen kann. 6 Wochen habe ich mit einem kleinen Team ein Feriencamp eingerichtet.

Bei 250 Interessenten konnten wir aber nur 107 Kindern einen Aufenthalt in diesem Camp bieten, das heute noch Begeisterung zeigt. Man träumt noch heute vom Nachtschwimmen, von Nachtwanderungen, Ausflügen und Lagerfeuer. Fast alle der Kinder kannte kannten noch nicht einmal ein Lagerfeuerlied!

Von der Anbindung zu **RÖMER-PARK** gibt es aber eine Besonderheit: *Erwachsene haben hier keinen Zutritt!*

Kinder erleben und „LEBEN“ wie ihre Eltern in einem Kinderland mit Einrichtungen wie bei den Erwachsenen in ihrem Urlaub. Ein Junge wird stolz sein mit einer Kreditkarte (vorher abgestimmte und verbuchte Taschengelder) zu bezahlen wie sein Vater. Man hat Einrichtungen wie Bank, Kino, Restaurants, Minigolf, Marktplätze, Post, Hotels, Bungalows, Theater und viele andere Beispiele ohne Grenzen. Durch personelle, pädagogische Unterstützung und Programme lernt man das Leben kennen und verstehen.

Alles wird so sein wie bei den Erwachsenen. Der Ablauf aber wird spielerisch sehr viel Spaß machen und hat spielerisch einen Lerneffekt, der auch bei uns Älteren immer etwas gebracht hat. Von meinen Pfadfinderzeiten profitieren wir noch heute.

Neben dem Gesamtzentrum hat man hiermit die notwendige Ergänzung um die Familien zusammenzuführen. Wenn der Vater sich im Kongreßzentrum **RÖMER-PARK** schulen lässt und abends relaxt, wenn die Mutter sich einem leichten Lifting unterzieht und mit dem Vater den Abend genießt können die Kinder die Gewissheit haben, dass die Eltern in der Nähe gut aufgehoben sind. Natürlich auch umgekehrt.

Kinder von 6 bis 16 Jahren sollten aber nicht nur als Urlaubsgäste zu sehen sein, nein auch aus der Region oder bei Kurztagungen der Eltern sind die

Kid's gern gesehene Tagesgäste. Ein Kinderhort, Kindergarten oder andere Einrichtungen sind hiermit aber nicht zu vergleichen. Nach einem entsprechenden Aufenthalt gestaltet man ein gemeinsames Abschiedsprogramm, wo jeder schwärmen wird was man alles erlebt hat.

Diese Investition ist eine Investition in eine gute Zukunft, denn Kinder sind unsere Zukunft und die zukünftigen Besucher von **RÖMER-PARK Aldenhoven**. Denn: wem es gefallen hat, der kommt wieder! Vielleicht als Vorstandsmitglied einer Bank. Ich kann hier nur nachhaltig auf das Grundkonzept verweisen, dass für Aldenhoven umfangreich existiert, aber angepasst auf den Schwerpunkten Kinderträume erfüllen. Eine Grundidee darf niemals vergessen werden: Im Mittelpunkt steht der Mensch! In Aldenhoven mit seiner Familie als Tages- oder Feriengast, im Kinderland als VIP. Auch diese Investition ist wirtschaftlich autark zu **RÖMER-PARK** zu betrachten: bei 200 Kindern/Tag und einem Eintritt zum Kinderland ist diese Investition so zu rechnen, das diese auch wie **RÖMER-PARK** in 8 bis 10 Jahren bezahlt ist.

Besondere Anmerkung zu 2. Bungalow-Park

Bungalow-Park mit ca.125 Bungalows :

Diese Investition ist von der Logik her die Aufstockung des eigenen **RÖMER-PARK Hotels** (ca.125 Betten).

Das Sporthotel in sich ist unbestritten zu klein in seiner Ausführung. Bei der Erweiterung auf 750.000qm gesamtes Freizeit- und Erholungsgebiet ist es nur zwangsläufig, dass man die Erweiterung auf andere Besuchergruppen ausweitet. Die Bettenzahl erhöht sich im Gesamtpark auf ca. 600. Die Wirtschaftlichkeit bei der Einrichtung ist wieder autark jede für sich zu betrachten. Bei einer wirtschaftlichen Rechnung sollte man von einer Auslastung von 75% ausgehen. Die Übernachtungskosten sind anzupassen

Besondere Anmerkung zu 10. Multifunktionale Veranstaltungshalle

Multifunktionale Veranstaltungshalle (Kino, Theater, Musical)

Hier wird eine hohe Anstrengung anzustreben sein. Ein entscheidender Faktor ist die stündliche Nutzung einer solchen Einrichtung. Die Buchung ist total zu kontrollieren und eine 80%ige Auslastung zu gewährleisten.

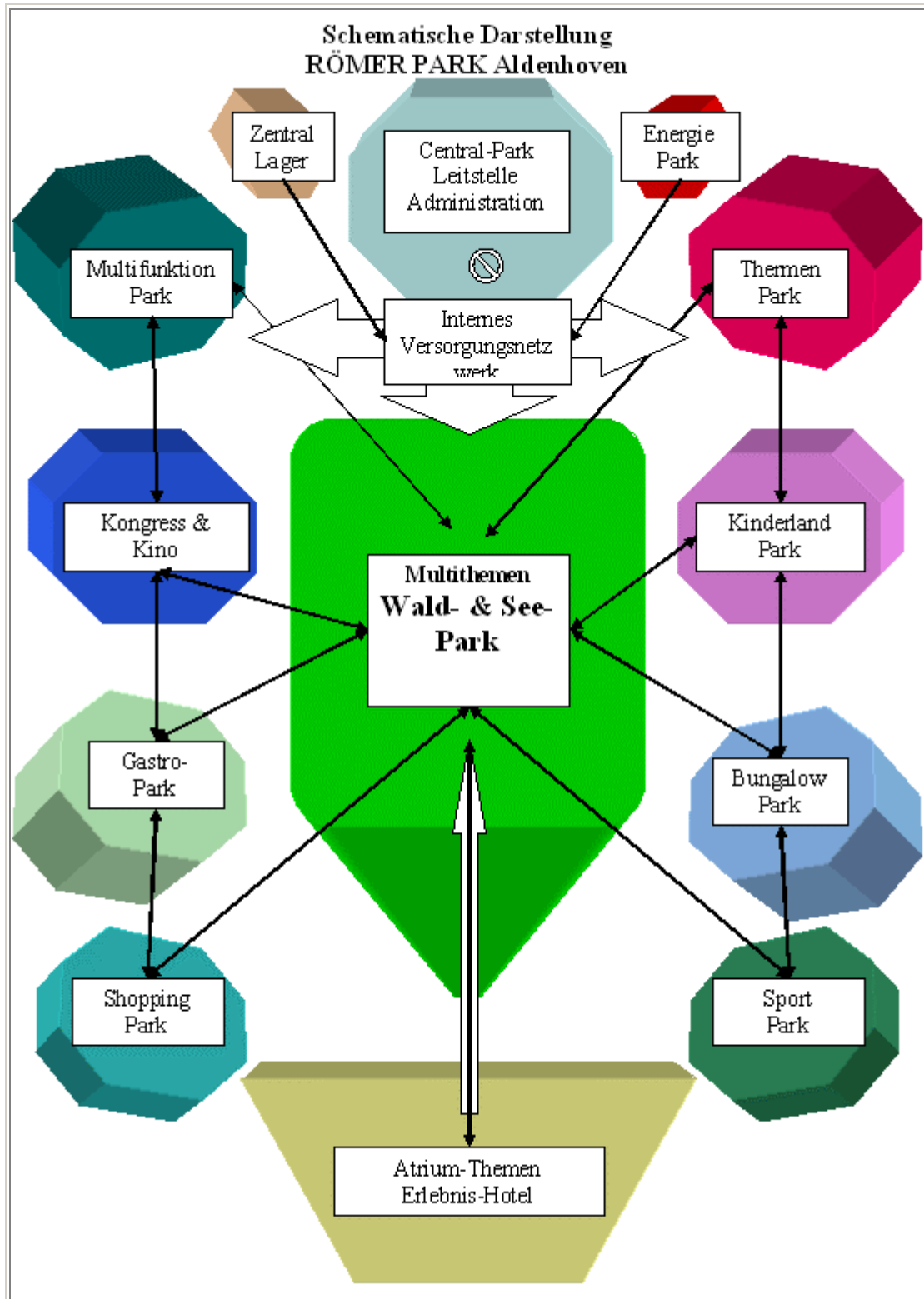
Mit Veranstaltungen und entsprechenden Event's lassen nach heutiger Managementauffassungen erhebliche Gewinne erzielen.

Ein tolles Konzept ist hier die Köln-Arena oder die Arena Oberhausen sowie die Schalke-Arena. Diese Einrichtungen erleben wahre Höhenflüge.

Betrachtet man die Investitionsentscheidung möchte ich diese vorerst zurückstellen. Ob alleine oder mit Betreiber, auch die letztendliche Höhe der Investition ist noch festzulegen. 3 Mio. ist vorerst zu kalkulieren und gesetzt, aber nach oben hin noch offen.

Wenn man die Werbepartner, die garantiert gefunden werden mit einbezieht, kann es sein dass man mehr als 3,0 Mio. investieren kann. Bitburger, Coca Cola, SAT1 und viele andere hängen alle in solchen Einrichtungen und zahlen hierfür gerne auch schon bei der Investition. Entscheidend für diese Investition ist die Möglichkeit der optimalen Planung von Veranstaltungen. Die Größe der Halle sollte auch heute kein Thema sein.

Die Grundidee: Insellösung



Einzugsgebiet Aldenhoven

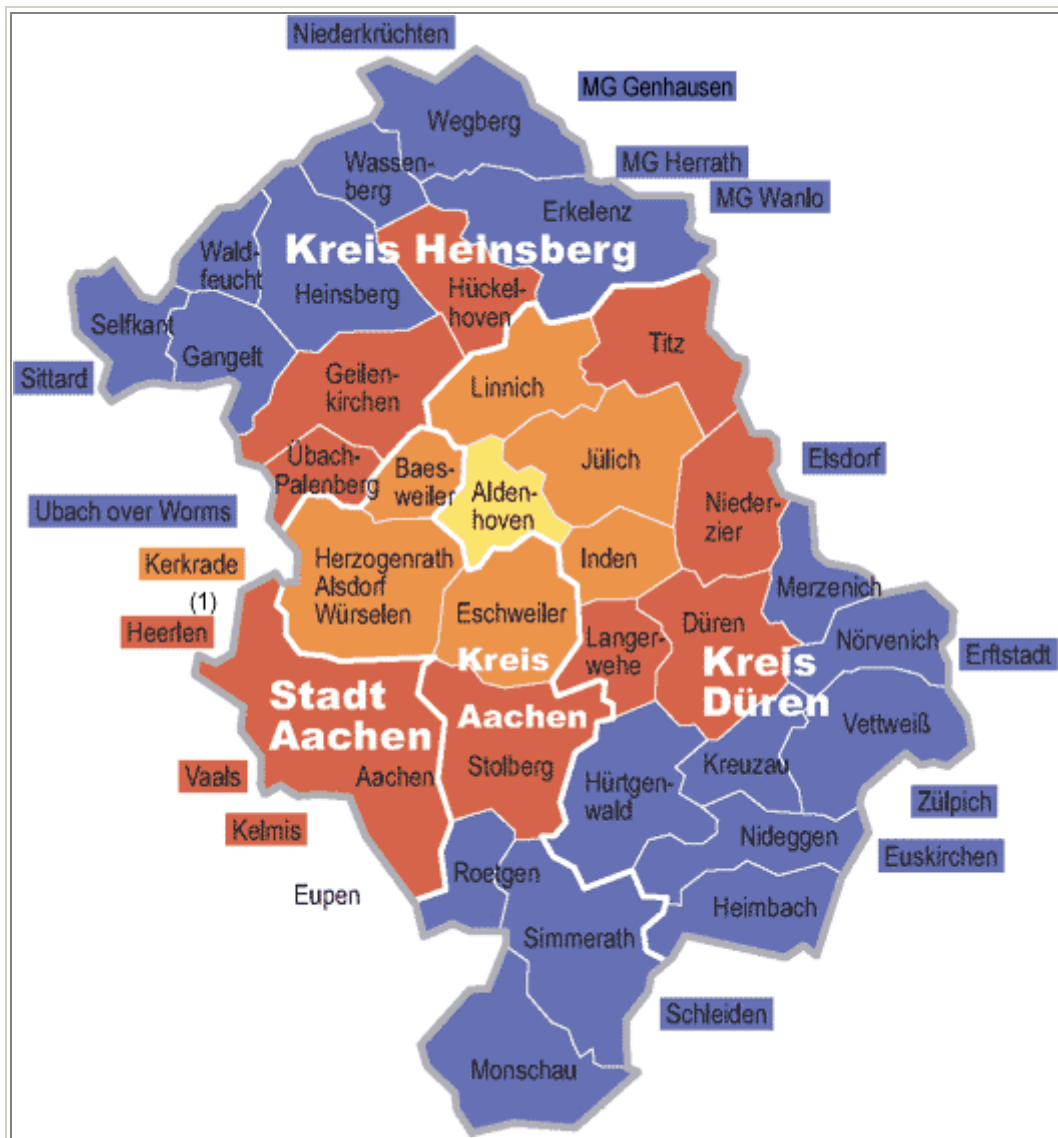
Nahgebiet 30km / erweitert auf 60km / Gesamt auf 300 km

Nahgebiet 30 km Radius

Kreisstadt Düren	140.000	
Land Düren	155.000	
Stadt Aachen	270.000	
Land Aachen	254.000	
Erfstkeis	55.000	
Kreis Euskirchen	45.000	
Eifelgebiete	50.000	gesch.
Kreis Bergheim	56.000	
Kreis Mönchengladbach	128.000	
Kreis Heinsberg	62.000	
Kreis Erkelenz	52.000	<u>1.267.000</u>

erweiterter Nahkreis 60 km Radius gesch.

Kreis Köln	300.000	
Belgien	150.000	ca.
Holland	150.000	ca.
Düsseld./Neuss	300.000	
Leverkusen/Krefeld/Selfkant	150.000	
Sonstige	500.000	<u>1.550.000</u>
<u>Gesamt</u>	<u>2.817.000</u>	bei 60 km Radius



Geht man also auf einen Radius von 60 km, (**Anfahrt** nicht weiter wie **60 km**) sind die Zahlen **hoch und liegen über dem wirtschaftlichen Faktor bei knapp 3 Mio.**

Durch die Übernachtungssituation greifen wir auch bis 300 km ab.

Vergleichbare Anlagen in der BRD rechnen mit 1,0 Mill.... für 1.000 Besucher.

Dies bedeutet, das die Zahlen bei Weitem ausreichend sind um **Erfolg zu haben.**

Im weiten Umfeld liegen **noch mehr Städte und Gebiete**, auf denen man sich marketingmäßig ausbreiten kann.

Konkurrenz :

In der Region ist **noch keine** in etwa vergleichbare **Anlage** zu finden. Als Mitbewerber sind vielleicht folgende Anlagen zu benennen, wobei diese meistens **keine multifunktionalen Angebote** haben.

Roetgen-Tennis & Sauna	Sport für Etablierte	45km
Bergheim	nur Sauna mit 300 Gästen/Tag	50km
Aqualand Köln	Spaßbad- teuer, groß, unsauber	60km
Tivolisauna	Alt - Kapazität 70 P.	23km
Kreuzau	bis jetzt nur für Kinder geeignet	30km
Aachen und Valkenburg	Gesundheitstherme (Kinder bis 6 Jahr kein Zutritt)	
Würselen	lautes Wellblechschwimmbad	Monte Mare

ALLE OHNE SPORT-,...TAGUNGS-,... & SEMINARHOTEL

Je früher die Investition, desto sicherer ist in Zukunft auch **mit keiner** anderen **Anlage zu rechnen**, da dann die entsprechende Wirtschaftlichkeitsanalyse von **RÖMER-PARK** Seriöserweise von Anderen mit einbezogen werden muss.

Es werden natürlich, wie es üblich ist, einige **auf den Zug** dann **aufspringen** wollen. Dabei wird aber **der Vorsprung** und vor allem die Erfahrung der Anlage mit seinen **zufriedenen** und vielen **Stammgästen** so groß sein, dass es genügen sollte, dagegen zu halten, bzw. sich im **sicheren Fahrwasser** weiter vorwärts zu bewegen.

Die Persönlichkeit der Anlage wird somit zu einer der wichtigsten Faktoren für eine Zukunft in Aldenhoven. Dies wird besonders geprägt durch ein gut geschultes, funktionierendes Management, am richtigen Ort, mit den richtigen Maßnahmen, aber vor allem mit den absolut dienstleistungsfähigsten Mitarbeitern, die man finden und entsprechend immer weiter schulen kann.

Letzte Investitionen der Konkurrenz.:

Neu ist seit 2001 in **Aachen** eine Anlage und das mitten in der Stadt.

Die Arbeiten sind abgeschlossen. Mind. 65 Mio. soll die Anlage verschlungen haben. Mit einem unterirdischen Parkhaus was mind. 35 % der Inv. bedeutet hat will Aachen von der Kommune beeinflusst zu dem Niveau Valkenburg aufsteigen. Eintrittspreise von 25,- € und mehr sind vorgegeben. Da ich die Planungen kenne (Angebot damals an uns), rechne ich nur mit einigen Besucher für **RÖMER-PARK** weniger, da ein völlig anderes Marketing & Konzept geplant ist.

In Schwierigkeiten befindet sich eine Anlage in **Würselen** mit nun 100% (früher 51% Stadt & 49 % Monte Mare) Stadtanteile. Montemare ist durch geschäftl. Probleme in den letzten Jahren in keinem guten Licht gesehen worden . Einer der Gesch. Fhr durfte in Deutschland keine geschäftl. Tätigkeiten ausüben. Herr Dosers und Herr Doll sind zerstritten. Ebenfalls wie in Aachen hat die Kommune die Mehrheit und bestand auf den Bau einer größeren Sportschwimmanlage. Von einer Hotelanlage ganz zu schweigen. Kommunal eben beeinflusst. Man darf kommunal betrieben Anlagen nicht mit einbeziehen. Ansonsten sollte Würselen und Aachen sich gegenseitig beschäftigen!

[Seitenanfang](#)

Tourismus-Barometer Region Aachen 2006

Publikation

Tourismus-Barometer Region Aachen 2006

Im Rahmen des Interreg-Projektes "Euregionaler Informations-Service" (EIS), wurde für die Region Aachen eine Erhebung der Besucher touristischer Einrichtungen und kultur-touristischer Veranstaltungen durchgeführt. Die Resultate dieser Erhebung, aber auch die regionale Auswertung und Präsentation wichtiger Ergebnisse aus der amtlichen Statistik, wie etwa zum Gastgewerbe und Übernachtungstourismus, ermöglichen erstmals einen besseren Einblick in die touristisch relevanten Strukturen und Entwicklungen der Aachener Region.

Zu den wichtigsten Erkenntnissen zählt die Tatsache, dass 2006 bereits rund 1. Mio. Übernachtungsgäste begrüßt werden konnten. Deutliche Schwerpunkte bildeten hierbei die Stadt Aachen, der Kreis Euskirchen sowie der Südkreis Aachen. Der Kreis Heinsberg zeigte, wenn auch noch von einem niedrigen Niveau ausgehend, die höchste Entwicklungsdynamik.

Bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 2,5 Tagen insbesondere der ausländischen Gäste, belegt die Region Aachen im Vergleich zu den weiteren Reisegebieten NRWs einen sehr guten zweiten Platz.

Von den insgesamt 107 erfassten Einrichtungen stachen als Tourismusmagneten mit mehr als 1 Mio. Besuchern pro Jahr der Aachener Dom, die Altstadt von Bad Münstereifel sowie der Drei-Länder-Punkt heraus.

Als kultur-touristische Megaveranstaltung konnten mit mehr als 0,5 Mio. Besuchern der Aachener Weihnachtsmarkt, die Dürener Annakirmes sowie die Weltreiterspiele gezählt werden.

Das Tourismus-Barometer Region Aachen 2006 können Sie unter dem neben- stehenden Link herunterladen. Für Fragen und Anregungen steht Ihnen Herr Raddatz als Ansprechpartner zu Verfügung.



Einzugsgebiet

Zusammenfassung:

Eine Familien - Ferienparkanlage im Stil wie **RÖMER-PARK** mit Hotel strebt ein anderes Klientel an ! **GANZ ENTSCHIEDEND ...**

Ein Sporthotel mit einer solchen Freizeitanlage wie in Aldenhoven entstehen wird, ist für die Belebung der Region in jeder Beziehung denkbar. Dies bedeutet z.B. auch einen noch höheren Zulauf aus einer weiteren Entfernung :

Der Bedarf an Tagungshotels ist erheblich und nachgewiesen. Umfragen bestehen und beweisen eine 17,5%tige Unterkapazität in unserer Region.

In der oben aufgeführten Einzugsgebietsanalyse ist bewusst noch kein Klientel berücksichtigt worden, was die Anfahrt aus 200 km und mehr betrifft. Erholungs-Park-Anlage mit einem solchen Angebot wird aus 300 km und mehr, Gäste erwarten, die auch nur durch Ihren Besuch alleine, Werbung für die Anlage bringen.

Gerade der Standortvorteil ist eine ideale Grundlage für die

100 % privat betriebene Anlage

in Aldenhoven, mit flexiblerer Geschäftspolitik und vor Allem in einer ganz anderen Konzeption. -

siehe Thema : Bauliche Denkmäler !!!

Erweiterte Marketingstrategie

RÖMER-PARK der Erholungspark in Aldenhoven

Ergänzend zu dem Marketingkonzept **RÖMER-PARK** in Aldenhoven ist dies eine Bestätigung, dass ein solches Zugpferd wie **RÖMER-PARK** andere Einrichtungen zwangsläufig nachzieht.

Wenn man auf entsprechende Grundstücke zugreifen kann, ist dies ein unbeschreiblicher Vorteil gegenüber anderer Konzepte. Bei der gesamten Parkanlage konzentriert sich hier fast alles auf einer Fläche von 760.000 m². Modere Einkaufszentren haben sich genau diesen Vorteil verschafft. Man fährt aus 200 km zum Centro nach Oberhausen. Man will einkaufen erleben. Die Erwartungen haben sich nach der Eröffnung der Passagen schon nach kurzer Zeit bestätigt. Schauen Sie mal die Presseberichte unter www.centro.de

Wir machen Marketing gesehen nur das richtige:

Wir konzentrieren Freizeit

Wir greifen nun aber nicht mehr wie bei dem Konzept Römer Therme auf einen Bereich von 60 km zurück (siehe Einzugsgebietsanalyse der R.Th.) , wir haben nun durch ca.600 Betten mehr im Park und einer Region von dann 300 km Umkreis auch noch den Synergie-Effekt für **RÖMER-PARK** und dessen höhere Auslastung.

Dem zu Folge ist es selbstverständlich nun einen riesen Vorteil zu sehen. HOLLAND / BELGIEN, FRANKREICH & LUXEMBURG sind plötzlich in der Waagschale. Ein ganz anderes Freizeitverhalten passt nun in das Gesamtkonzept und ist für **RÖMER-PARK** entscheidend. Auch Dienstleistungen wird in diesen Ländern anders und positiver gesehen.

Durch den Leistungsanspruch unserer heutigen Gesellschaft ist man auf einer solchen neuen Einrichtung eigentlich angewiesen. Früher gab es Kurbehandlungen , oder Ferienlager. Heute sind die Club-Anlagen immer noch der Renner der Kinderanimation neben dem Hotelaufenthalt und reichlich viel für die Seele bietet.

Nur:... die sind zu weit weg.

Die Anbindung an das Gebiet **RÖMER-PARK** ist mit 3-4 Autobahnen im Umkreis von 10 km das Beste was man finden kann.

Man ist in 15 Min in Aachen/20 Min in Köln, 25 Min in Düsseldorf, 15 Min in Glattbach 20 Min in Leverkusen usw. usw.

Und diese Region hat keine Freizeitanlage!!! Dies ist geschichtlich bedingt , weil NRW viele Gruben hatte und keine Zeit für Freizeit.

Center Parc´s sind Monate ausgebucht... warum wohl ?

Nur einen Fehler haben diese toll laufenden Anlagen. Sie sind nach dem gleichen Stick- Muster,... und dass erkennen die Gäste. Man kommt auch nur in dem z.B. Schwimmbad wenn man Gast ist. Die Konzeption **RÖMER-PARK** ist geöffnet.

Hier wird es keine Grenzen geben.

Wir werden Firmen verstärkt ansprechen, Ihre Mitarbeiter uns als Gäste zu vermitteln.

Wir werden Vereine und Organisationen für uns als Werbeträger fördern aber auch nutzen.

Wir brauchen die Besucher der Messen in Düsseldorf / Köln oder Maastrich

Wir wollen einen VIP Club, der mit allen Gästen zusammen, neue Gäste rekrutieren kann.

Hierzu gibt es eine komplette Ausarbeitung

Der Gast von **RÖMER-PARK** wird der Werbeträger mit dem besten Argument.

„ ES WAR EINFACH NUR KLASSE „

Eine Herberge der Sinne

Wir inszenieren eine neue Philosophie der Freizeit.

Ein neues Bedürfnis ist auch hier zu erwähnen.

Die Mitmenschen haben wieder eine Sehnsucht nach einem "WIR".

Sie wollen kommunizieren ... Sie wollen (er...) leben.

Habe ich noch nicht erwähnt, welche Unternehmen sich noch automatisch bewerben werden , um in den Staubsauger des Erfolges von **RÖMER-PARK** zu kommen ???

Taxi- Unternehmen

Bus- & Reiseveranstalter

Druckereien

Marketing und Mediengesellschaften

Die Gemeinde Aldenhoven selber

Aus- & Schausteller

Veranstaltungsbüros

Künstler und Designer

2006 WM in Deutschland

Ein unbeschreibliches Potential für **RÖMER-PARK**,

wenn die Verwirklichung früher gewesen wäre.

Aber auch die Nachhaltigkeit bringt eine gewisse Substanz.

150.000 ausländische Besucher werden alleine in Köln erwartet. Jeder wird ca. 1.800 Euro da lassen.

Gaststätten, Hotels und Dienstleistungen werden boomen.

Das Turnier als Job- Maschine.

UND wir wären NUR 50 km weit weg gewesen .

Von Dortmund 80, von Gelsenkirchen nur 70.

Geht man von Trainingslagern aus , haben wir noch 5 Standorte im Umkreis von 50 km.

Leverkusen , Kerkrade (NL), Glattbach und Düsseldorf haben dafür neue Stadien.

Wir wollen neue Geschichte schreiben.

Marketingaufgabe:

Über den Markt, den Verbraucher und das Produkt, also das, was wir bieten wollen, ist in allen meinen Ausführungen bereits hinreichend Begeisterung gesucht worden.

Folgende Anforderungsprofile ergeben sich für die Marketingabteilung.

Ein

- Bewusst - Sein

für Personal & Gäste zu entwickeln

RÖMER-PARK

...als eigenständige Marke

Ähnlich wie Nivea / Salamander / Coca Cola / BMW / KAMPA / Centro / FC Bayern .

Keine Routine-Werbung und Abfertigung von Lieferanten und Gästen

Den Kommunikationsfaktor permanent pflegen

Frisches südländisches Image

Aktionen ,.... keine Reaktionen

Permanente Erfolgskontrollen

Besucherwünsche aktivieren

Kontinuierliche Mitarbeiterschulungen

Ständige Niveauverbesserung bei weniger Aufwand

Schaltung von Werbemittel nicht ohne Erfolgskontrollen

Aufbau von verschiedenen Club – Systeme

Überschaubare einfache Preis Systeme (Robinson Club)

Ständige Neuorientierungen bei Stagnierung

RÖMER-PARK

...geht neue Wege

- **In dem Einsatz der Werbemittel ... Wege und Kooperationen sind z.B. auch veraltete , nicht mehr vertretbare Strukturen kostenintensiv und abzulehnen. Z. B. Print- Werbung ist nur noch bedingt durch Überflutung effektiv und darf nur kontrolliert eingesetzt werden.**
- **RÖMER-PARK geht neue Wege und erschließt kontrolliert den Markt: Erfolgskontrollen !!!**
- **Firmen , Vereine , Clubs , werden über Internet , Mailings, sowie Power Point Präsentationen einbezogen und zu Reservierungen angespornt.**
- **Fußballvereine, Sportclub´s, Kegelveine und Schulen, werden alles finden um Gesundheit , Fitness , Zusammenhörigkeitsgefühl zu tanken.**
- **NL 15 km / Belgien 15 km / Frankreich 90 km und Luxemburg 60 km machen Aldenhoven zur tatsächlichen Euregio , da diese Gäste ein große Potential ausmachen**
- **Die Kooperation mit dem DFB oder dem WM – Organisationsausschuss war zeitnah geplant , da die WM 2006 das Beste gewesen wäre, was RÖMER-PARK genutzt hätte . Leider nur noch Nachhaltig.**
- **Provisionsbestrebungen für Mitarbeiter und Gäste werden entwickelt, um die Empfehlungsschiene sofort zu erreichen.**
- **Übertragungen von privaten Rundfunk- und TV Sender aus der Anlage heraus sind Standarteinrichtungen.**
- **Kooperationen mit der Politik und Wirtschaft sind Bedingung.**
- **Coca Cola/Bitburger/Warsteiner/BMW/KAMPA/Mercedes ... sind nicht alle, die für gute Werbung sorgen . RP wird es auch...**
- **Arbeitsplatzbeschaffung und Sicherheit ergeben positive Wirkung**
- **DIE REGION WIRD RÖMER-PARK ZUM ERFOLG TRAGEN & LIEBEN**

RÖMER-PARK

Strategische Pkt. & immer offene Fragen

Zusammenfassung und eine Filterung der wichtigsten und maßgeblichsten Fragen im Zusammenhang mit der neuen und vor allem innovativen Freizeitanlage **RÖMER-PARK** Aldenhoven. Diese Fragestellung ist nicht nur für die Investorensseite, sondern auch für mein Vorhaben die Grundlage und die daraus resultierenden Ergebnisse strategisch entscheidend.

Wie Sie aus meinen über lange Jahre zusammengetragenen und Ihnen mit über viele Seiten **vorliegenden Erkenntnissen im Freizeitbereich** (speziell hier in unserer Region) erkennen können, ist es fast nicht möglich in Kurzform Ihre Fragestellungen zufriedenstellend zu beantworten, weil aus dem Zusammenhang heraus vieles nicht genügend transparent erscheinen wird.

Auch innerhalb von Besprechungen Fragen zu beantworten, lassen viele wichtigen Dinge unberücksichtigt .

Immer wieder zeigt sich, dass ein solche Vorhaben nur **von absoluten Profis** umzusetzen ist. Ich führte deutlich aus, dass bei einer Umsetzung diese ideale Konzeption bewiesen wird mit -

PLANEN - BAUEN UND DANN BETREIBEN !!!

Bei der Planung und in der Bauphase Fehler vermeiden heißt, bei der Betreibung erfolgreich und zufrieden sein. **Nicht an der Realität vorbei planen** ist wichtig.

In langjähriger guter Zusammenarbeit und mit der Gewissheit **die besten Fach-Ingenieure in Europa** an meiner Seite rekrutieren zu können, bin ich absolut sicher.

Teilweise warten Sie und Top-Unternehmen bereits auf meine Signale.

Es ist eine Voraussetzung und **meine Forderung** einen Zeitplan und ein Bauzeitenmanagement in einer **optimalen Perfektion**, von der noch zu benennenden Projektsteuerung – von unserem Vorhaben zu eröffnen, - und von unserem dann bauleitenden Architekten **zu verlangen**. Eine solche Anlage (im Landesinneren) eröffnet man vor einem Winter... zur Schlechtwetterperiode. Sofortiger Profit ! Marketing strategisch wichtig und auf's Wetter eingehend äußerst vorteilhaft.

Somit muss

RÖMER-PARK

Winter 20010/11 eröffnen !!!

Meine Kenntnisse und Baukostenplanung in Ihrer Ausführung detailliert mit Kostenreserven ist real und anerkannt. Basierend auf eine eigene und geprüfte Programmierung eines Baukostenüberwachungssystem z.B. nicht nur für die Ostsee-Therme (62 Mio. DM). Eine Bestätigung mit Kostenanalyse eines gleichwertigen Objektes durch Whyass & Freytag AG Düsseldorf ist vorliegend. Eine eigene Projektsteuerung wird mit Kostensicherheit verpflichtet & gefordert. Forderung & Vorgaben kommen von diesem Team - **erst dann ein AUFTRAG !**

Nach Festpreis- & Fertigungsbürgschaft !!!

Zu Ausführungen und Fragen der Personalkosten, sowie der Konzeption und Motivation.

Dieser wichtiger Punkt wurde auch, wie Sie in meiner wirtschaftlichen Konzeption ersehen können eingehend behandelt.

Diese Steuerung ist dem Personal vom Management her täglich als Hauptaufgabe ins Blut zu bringen.

Qualifizierte Arbeitsplätze entstehen:

Hotelleitung , Anlagenleitung , F & B Management und techn. Leitung werden nicht nur als Wasserkopf antreten. Ich verstehe diese als Leitung der Anlage und Bereiche und werden als solches auch eingesetzt.

Nur mit dem richtigen Management am richtigen Ort und mit der richtigen Einstellung des Personals, ist Menschen Freude zu bringen

Erst dann erhalten sie ein Lächeln und den dann gerne gegebenen Lohn. Personal- Einstellungen **besonders Schulungen** werden 3 Monate vor der Eröffnung so intensiviert, dass auch bei **RÖMER-PARK** 70 % der Mitarbeiter nach 10 Jahren noch mit Herz dabei sind. So wie bei der Ostsee-Therme heute auch noch,- die ich auch damals eingestellt habe. Aus dem Stand heraus, kann ich Ihnen innerhalb von 24 Std. Personalprofile und Namen vorlegen, die sich dann an meiner Seite sehen, wenn ich Fakten (Realisierung) schaffen kann. Funktionsbeschreibungen mit klar, definierten Aufgaben sind Pflicht.

Römer-Park-Akademie mit Abschluss - Zertifikat

Hier wird eigens ein Schulungssystem aufgebaut, dass neben den ganz neuen Personalstrukturen und Arbeitszeitsystemen, intensiv nach Funktionsbeschreibungen, durch fest eingestellte Trainer,

jeden Mitarbeiter nach den Philosophien von RÖMER-PARK vorbereitet.

1-9 Wochen dauernde Schulungen bereiten jeden Mitarbeiter auf Ihre Aufgaben vor.

Diese Vorgehensweise & Struktur wurde von Fachleuten als NEU & sehr innovativ bezeichnet.

Qualifizierte wirtschaftliche Zahlen sind Grundlage , vorhanden und durch Gutachter geprüft :

In meinen genauen Ausarbeitungen finden Sie weitere Fragen zur Darstellung der kaufmännischen Konzeption in Zahlen detailliert und somit schlüssig beantwortet.

In Kürze : Ich habe hohe Kosten veranschlagt und minimale Erlöse dagegen gesetzt und hohe steuerliche Belastungen beachtet. Damit ergibt sich eine Grafik in der zu den bereits bestehenden 100 % privat betriebenen Anlagen und zu unserem Vorhaben ein großer Spielraum (Mindestrendite) erkennbar ist. Unser Break liegt rechnerisch weitaus niedriger als bei Mitbewerbern.

Nun zu weitere Fragen der Sicherung von nachhaltigen Gewinnen:

- Ein riesiger, nie mehr zu findender Standortvorteil
- Eine optimale & tolle Verkehrsanbindung
- Keine zu erwartende Probleme mit dem Bebauungsplan
- Professionelles & durchdachtes Marketingsystem
- Eine markante nicht zu übertreffende „ Opening „ - Phase
- Architektonische Dominanz (keine Schwellenangst durch goldene Kuppeln),
- Innenarchitektur mit einem Gefühl der Wärme (in einem mediterranen Urlaubsdorf unter Dach – keine Fliesenlandschaften die Südsee vorgaukeln)
- Konkurrenzlos agieren und nicht reagieren (Betreiber-Konzept)
- Immer neue Aktionen , Aktivitäten und Attraktionen
- Optimale Preis- Leistungsverhältnisse
- Immer größere und neue Einzugsgebiete erschließen
- Stammgäste finden und langfristig binden
- Kontinuierliche Imagepflege
- Optimierung bei Vertragspartnern durch Nachweis der eigenen Stärke
- Kontinuierliche Steigerung der Mindestbesucherzahlen durch Zufriedenheit und Akzeptanz. (insbesondere Gruppenfindung – z.B. aus Kontakten WM 2006)

- Gegensteuern bei Ausreißern und der dann gewonnenen Sicherheit
- Lernfähigkeit in dem Umgang mit der Zeit und neue Ziele
- Wenn eine Restaurant mit 300 Plätzen betriebswirtschaftlich nicht optimal läuft,- ja gar ausfallen wird, ist dies ein hohes Risiko für die Gesamtanlage. Betreiber sind in dieser Größe kaum zu finden. 10 Restaurants mit 30 Plätzen sind risikomindernd und ein Ausfall kaum erkennbar mit vielen Bewerbern im Hintergrund (Shop in Shop Systeme).
- usw. , usw.

Diese Liste kann ich noch weitgehend verlängern, **Die Begriffe der optimalen Betriebsteuerung** sehe ich und werde sie entsprechen **durchsetzen.**

Zu der Auszeichnung gegenüber von Mitbewerbern und Steuerungselemente:

Neben den o. g. Pkt. weiterhin zu erwähnen:

1. Die neue Idee und die Konzeption der Anlage **ist in Europa einmalig**
2. Das Rheinland ist ein **weißes Gebiet** in Sachen Freizeit.
3. Der sich jetzt einen Vorsprung schaffen kann, weil er der **ERSTE 100% private Betreiber** einer solchen Anlage ist, hat **Vorsprung** und gewonnen. Die dann folgenden kommen von der Wirtschaftlichkeitsbetrachtung her nicht mehr ohne uns hin.
4. **3,9 Mio. Einwohner im Umkreis von 60 km** (Westfalen-Therme 1,7 Mio.- die erfolgreichste Freizeitanlage der BRD mit 660.000 Besucher/ Jahr)
5. **Neuartige Personalkonzepte**,... die sogar die finanzierende Seite überraschte und überzeugte.
6. **Neue Auffassungen** von Dienstleistung (Lächeln kostet nichts -, ...bringt aber Umsatz und Stammgäste)
7. **Stammgäste** werden langfristig z.B. mit Jahreskarten besonderer Art gebunden.
8. **Steuerliche** Vorteile gegenüber Kombimodelle mit Kommunen

Spätere Umstellungsmöglichkeiten auf flexible Verpachtungssysteme einzelner bei meiner Konzeption kleinere Bereiche / auch im Leasingverfahren später möglich. Nach Ausfall kleinerer Pächter kein, größer oder längerer Ausfall (siehe Outlett Factory - Systeme). Dadurch erreicht die Geschäftsleitung später, wenn erwünscht, freie Kapazitäten für neue Aufgaben. Unausweichlich ist aber in der ersten Phase (ca. 3–5 Jahre) das Umsetzen der Philosophie und des Grundgedanken einer und der neuen Freizeitidee RÖMER-PARK.

Zu Anfragen über Zielvorstellung von RÖMER-PARK an sich.

Durch meine langjährigen Aktivitäten und Kenntnisse auf dem Gebiet Freizeit (Inseln der Leidenschaften) und mit sehr positiven Verbindungen, kann ich behaupten, daß 1. die Fachwelt zuhört und 2. soviel Anfragen in Europa bestehen werden , etwas in dieser Richtung zu tun, daß die RÖMER-PARK Gesellschaften im geschlossenem Paket, wenn Sie dann auch etwas vorzuzeigen hat, Aufträge erwarten kann die aus Kapazitätsgründen evtl. abgelehnt werden müssen. Die erste Anlage sollte sich zu einem Selbstläufer entwickeln, damit man strategisch wertvolle Standorte evtl. auch noch erschließt

Der Zeitplan der **Strategie** ergibt sich aus meinem Realitätsbewusstsein und nach dem klugen Menschenverstand.

Schrittweise aber konsequent Ziele verfolgen.

Einen entsprechenden Pioniergeist entwickeln, - überzeugen, - Glaubwürdigkeit erlangen,- Akzeptanz finden, - kaufmännische Sicherheiten entwickeln, - die Idee umsetzen, - Lernen , - darauf aufbauen, - erweitern und immer wieder verbessern auch mit neuen zeitgerechten Wegen.

Nachhaltige Gefährdung des erwirtschafteten Profit's (Ihre Frage ?) von **RÖMER-PARK** ist erst dann gegeben, wenn Misswirtschaft des Management, Veruntreuung Personaldiskrepanzen, bauliche Mängel, Reparaturstau, ungesichertes Investitionsrisiko oder im Aufsichtsrat klar abgesprochene Wege nicht eingehalten werden.

Genauer analysiert werden müssen folgende Einflussfaktoren :

Preisgestaltung (vor der Eröffnung)

Zuschüsse öffentlicher Hand (nach Baubeginn – keine Abhängigkeiten)

Öffentlicher Nahverkehr (Verhandlungen mit den Busunternehmen)

Seminarbedarfsplanungen (langfristige & feste Vereinbarungen)

ALLE steuerlichen Aspekte

Anlagesicherheiten (Reservebildung nach Rendite).

Man sollte nun hier zuerst einmal abrechnen, da ich nicht nur strategisch sonst immer weiter ausholen und ausgeführt muss . Eine unabdingbare Strategie liegt insofern vor, dass ich mit meiner Ausarbeitung

Die "BÍBEL" vom RÖMER-PARK

und **mit meinem erlernten Managementsystemen** (Mitglied des Management der WARNER Kommunikation und als rechte Hand des erfolgreichsten Gründers von Freizeitanlagen, sowie Mitglied der WAC) den Weg von Römer-Park erfolgreich umsetzen werde. Dazu brauche ich aber auch starke, offene und faire Partner an unserer Seite.

Karl-Heinz Albrecht

Aldenhoven den 13.12.2004

Bauliche Denkmäler ???

Bauliche Denkmäler gibt es viele. **Sinnvolle Betreuung** heißt,... und fängt schon mit der Planung an, auch die richtigen Wege, ... nicht breit oder eng, ... nicht lang oder kurz,... festzulegen. **Denkmäler brauchen wir nicht.**

Dafür haben manche Architekten viel Geld kassiert, liegen in Saint Tropez in der Sonne und der Betreiber im Clinch mit den Besuchern.

Alles aus einer Hand : **Planen - Bauen - und dann auch Betreiben Dies ist meine und die Grundlage für Aldenhoven.**

Sich bei der Planung schon Gedanken machen, beim Bauen versteckte Fehler nicht zulassen und dann **erfolgreich in Betrieb gehen**, ist mein Ziel und wird **dann UNSER Erfolg** sein.

Mit einer Glaskuppel von 40m Durchmesser, einem goldenen Emblem oben auf, gewinnt man **keinen Besucher** mehr, - oder verliert vor lauter Glanz die notwendige Orientierung. **Eine Konzeption** von Wärme, Atmosphäre, akustisch getrennte Bereiche, sinnvolle Wegführung, **absolut kommunikationsfördernd**, ist die Grundlage. Zentrale Einheiten der Gebäude,- aus verschiedenen geschichtlichen Epochen,- zentrale Marktplätze mit historischem Charakter, - Einkaufsstrassen wie in Spanien, - Gastronomie in Gassen wie in Griechenland, - und den Strand an einer Promenade mit einem Hafen zum Abenteuerland der Kinder, - wo man Kapitän Hook begegnen kann, sind nur einige Punkte meines Konzeptes. Kleine Straßenzüge mit romantischer Pflasterung, anstatt nackte Fliesen, die überdacht sind,... kosten nicht das Vermögen einer Glaskuppel von 40m . Brandschutz und Schallschutz ist kostengünstiger trennbar.

Viel Farbe - weniger Fliesen, nur da, wo es nötig ist, bringt Atmosphäre und kein Schlachthauseffekt und ... somit Wärme. Große Spannweiten werden vermieden.

Externen Gästen werden teilweise Bereiche zugänglich gemacht. Veranstaltungsfreundlich, abwechslungs- und abenteuerreich sind **nicht nur Schlagworte, sondern durchschlagen für den Erfolg.**

Baumaterialien sind überwiegend aus Holz und Glas und kein Marmor oder Betonklötze die erschlagen. Mehr Trocken-, als Nassbauweise.

Ein kleines Grundschema ist der Montanushof in Grevenbroich oder der neue Marktplatz bei Möbel Pallen. Die Erlebniswelt im Monschauer Glasmuseum kommt meinem Schema schon etwas näher. Vollkommen aber Venedig im MGM-Hotel in den USA. Erlebnishotels für Tagungen und Seminare fehlen hier.

Altstadtcharakter, ein Dorf unter Dach, ein Fischer-, Urlaubs- und Ferienort,
in dem es **nie regnet und immer 32 Grad** Kälte herrscht.
Spanien nach Aldenhoven verlagern.

Ein Urlaubsdorf unter Dach hat Stil und **Erfolg**
Mit einfachen Mitteln den besten Erfolg erzielen.

Ohne Profilneurose mit klugem Menschenverstand, kein Glitzer und Glamour
aber **ein Lichtpunkt in Aldenhoven** und der Region.

Nicht Absahnen, sondern die Kosten der Tasse Kaffee, wie sie in der Region üblich sind,... weitergeben,... vermeidet Ärger und schlechtes Image.

Vielleicht auch einmal kostenlos eine Tasse Kaffee anbieten, weil Seniorenfrühstück mit Fitness angesagt ist.

So könnte ich noch 12 Stunden weiter ausführen oder referieren.

Sie sollten aber **hier und heute erkennen**, daß den Gästen des **RÖMER-PARKS** ein breitgefächertes Freizeitangebot zur Verfügung stehen wird.

Wir-, unser Team, möchte dann einerseits Ruhe und Abstand vom Alltagsstress bieten, andererseits auch Spaß und besonders Fitness .

Einerseits Individualität, andererseits Kommunikation mit Familie und Freunden und unter Palmen relaxen und Gesundheit tanken.

Die Gestaltung der Anlage soll das Wohlbefinden der Gäste fördern und den Aufenthalt für alle zu einem Erlebnis machen.

Nicht die Südsee nach Aldenhoven holen - aber südländisches Flair in einem zentralen Mittelpunkt einer interessanten Region schaffen.

Architektur, Ambiente und das Team sind vor allem passend zum Thema.

Sie sind die Ergänzung zu einem tollen Zukunftsprojekt mit Perspektive.

Zum Schluss wünsche ich allen Beteiligten, auch mir, daß das, was hier geplant ist, einen glücklichen und vor allem einen einvernehmlichen Abschluss mit **großer Mehrheit** finden wird. Hierauf möchte ich mit Ihnen einige schöne Stunden, mit vielen interessanten Begegnungen und Gesprächen verbringen,

in der Hoffnung, dies **bald im zukünftigen RÖMER-PARK** zu tun.

[Seitenanfang](#)

Kooperationen mit Marken... oder potentielle Werbeträger z.B.

Barclay Card, American express, Euro Card, Cola , Franziskaner, Paulaner, Bitburger, Warsteiner, Veltins, Sat1 , RTL, öffentlich Rechtl., FC Bayern oder andere Club´s, Internetpartner, Post, Taxi, Flughafen , Reisebüro´s, Club-Reiseveranstalter, Tabakfirmen, Sekt- Weinkellereien, Eislieferanten, Möbelhäuser, Autofirmen, Energieversorger, Gemeinde, Kreis, Theater, Schulen, Messeveranstalter, Bekleidungsfirmen, Busunternehmen, Bahn, Telekom, Handy-Anbieter, RÖMER-PARK - Ausstattungsfirmen, Musiker, Künstler, Veranstalter, Banken, Ärzte, Apotheker, Versicherungen, Lebensmittellieferanten und Hersteller, Büroartikel, Seniorenheime, Kindergärten, Schulen und Vereine, Sportvereine,

was nicht ungenannt sein darf und zu Anregungen dient

Freizeit TV/Radio.. Live Schaltungen aus dem Römer-Park i.d.Art ZDF-TV Garten

z.B. Warsteinerstammtisch DSF/ ZDF- Sommergarten / **RP** - Sender Hauseigener Sender..z.B. TV Schalke....Borussen TV o.ä.

Modelle der Römer Thermen Einrichtungen ... Wettbewerb Elektr. Anzeigentafeln

VIP – Club .. eigene Kredit-Karten Systeme...Elektr. casch Mitarbeiter Outfit nach **CI**

Umweltschutz & innovative Ökonomie

Dossier Messwasser... auffangen zu Wiedernutzung

Jubiläen, Geburtstage & Kindergeburtstage,

Karneval Maifeier & sonstige rheinländische Feste,

Gewinnspiele: Schatzsuche,

Schulungen , Trainer , Motivationsveranstaltungen,

Ernährungs- & Gesundheits-Therapien

Kuranwendungen

Eigene Sportveranstaltungen,

Trainingslager,

Pressekonferenzen,

Firmenschulungen,

Regionale Anziehungspkt. einbeziehen : z.B. Blausteinsee

Stichpunkte nach Standortfestlegung Niedermerz z.B.

Eingangsbereich als kleiner Flughafentower ...(Check IN)
Atrium - Hotel mit 125 Zimmer,...
ca. 125 Bungalowdorf mit Marktplatz,...
Hochzeitsuite, Hochzeitshaus mit excl. Bäder
Zapfanlagen in Zimmer,
Raucher & Zigarrenclub
Offene Kamine / Lese- Raucherzimmer,
zentrales Kommunikationszentrum
Marktplätze mit Wasserfälle
Hospital,...
Post,...
Bank,...
Bibliothek
Kutschen
Eisenbahnbetrieb
Feuerwehr & Sicherheitcenter ...Kamera´s und Security
Kinderland im Dorfstil mit Pool und Burgenlandschaft
Zeltlager, Lagerfeuer, Abenteuercamp´s
Rutschenanlage im Kinderland Innen Außenpool
Freeclimbing
Minigolfanlagen
Skating
Video-Kino / Internetcafe
Tropenwald
Baumhauszimmer
subtropische Pflanzen-& Tierwelt,
Große Aquarien
Therme,... Bad,...Pools,...Poolbar (Achtung: Unterwasserkameras)
Sole-Thermalbecken
Saunadorf & Wellnesszentrum
Erdsauna, Stollensauna, Höhlensauna, Heusauna, usw.
Gastrozentrum mit Veranstaltungsmarktplatz
Ø 25-30 Bars, Disco, Restaurants, Wunderbar, Cafe WICHTIG,
Tropic Bar, Snackbar, Musikcafe, Wiener und Amerk. Bistro´s
Zirkus, Artisten, Schausteller, Märkte
Restaurant- Voileré
Whiskyria
Milchbar
50 ziger Jahre Club
Hard Rock Cafe (Harley Rock)
Musikboxcafe
Weinstuben
Irish Pup´s
Live - Bühnen
Nostalgischer Jahrmarkt
Zirkus
American Pup

Shopping mall mit Veranstaltungsmarktplatz
Ø 25-40 Geschäfte,
Multifunktionshalle als Atrium und Amphie-Theater
Ø Kino,-Events,-Theater,-Konzerte,-Veranstaltungen usw.
Multifunktions-Sporthalle,- auch Kongreßhalle mit hoher Technik
auch für Konzerte / Ausstellungen / Banketts
Bogenschießanlage
Tennis, Golf, Badminton
Bergbaumuseum ...Ausstellungen
Museen ,- und Ausstellungen
Außenparkanlagen,
Vogelparadies
Streichelzoo
Grillanlagen
See-Cafe,... Captain´s Bar,... See-Schiff Cafe
Seen-Anlage mit Kanufahrt , Sand , Strand und Strand-Bar
Schwimmendes Bistro / Cocktail – Bar
Glühwein- Sekt & Cocktailstation
Baumhauscafe
Tauchschule mit toller Unterwasserwelt
Unterwasserkameras zur Überwachung
Wasserfontänen,
Bachläufe und Brückensysteme
Wintergärten im Wald verteilt (Wiener Pavillon´s)
hier verschiedene Cafe´s und Bars
Bowling , und Kegelbahnen
Reiterhof, Bikerhof ,
Discozentrum
Beatch-Volley und andere Funspiele
Musikberieselung in vielen Bereichen
Licht-, und Beleuchtungsanlage sind sehr hohe Prioritäten
Bierbrauerei z.B. / o.Wein / o.Schnapsbrennerei
Eigene RÖMER-PARK Produkte
Zentralküche
Küchen- &Kräutergarten
eigener Fischanbau
Zentralwerkstatt
Zentrales Energiezentrum
Zentral-Lager/Kühlung/Materialraum
...großzügige Parkplatz- Busparkplatzanlage
Cuttle - Service-Center
RÖMER-PARK Taxi/Shuttle

[Seitenanfang](#)

RÖMER-PARK

das Abenteuerland

weitere in Erwägung zu ziehende Angebote

Familien-Freizeitzentrum

Erlebnisbecken
Strandbars und Bistros
Babybecken und Kinderbereich
Liegebereiche innen und außen
Spielbereiche innen und außen
Duschen, Toiletten und Umkleide
Wasserfall - Brunnen
Showbühne
Whirlpools für Groß und Klein
Babyecke - Spielplatz und Kindergarten
kleines Videokino
verschiedene Wasserattraktionen
Wasserorgel
Lichteffekte
Kinderbar - Delphinbar

Saunazentrum

Sauna und Erlebnispark innen und außen
Kalt- und Warmbecken
Whirlpools
Regenerationspools
75-85-96 Grad Finn. Saunen
Blockhaussaunen
Bio- und Kräutersaunen
Thepidarium und Dampfbäder
Aufenthalts-, Ruhe- und Leseräume
Saunabistro - Miami Beach
Trockenraum
Erlebnisduschen
Fernseh- und Musikstudio, interaktiv
Außengarten
Tropicpark mit Pflanzen und Tieren
Poolbar - Malibu
Wasserfall und Brunnen
Kaminzimmer
Parkbänke, Laternen und Garten

Fitnesszentrum

Fitnesspark
Fitnessgeräte
Kreislauftests

Sportbar
Video- und Musikanlage
Gymnastik- und Übungsräume
Ballett- und Tanzstudio
Krankengymnastik und verschiedene
Therapien

Gesundheitszentrum

Massagen
Kosmetik
Fußpflege
Fango
Frisör
Ernährung
Sonnenstudio
Bestrahlungen akustisch und optisch
sphärische Erlebnisse

Gastrozentrum

Erlebnisgastronomie in- und extern
Saunabistro
Poolbar und Strandrestaurants
Sportbar
Biergarten in- und extern
Wein- und Sektbar
Bierpub
Veranstaltungs- und Versammlungsräume

Shopping u. Info´s

Sportshop
Zeitschriften
ec-Geldautomat
Veranstaltungs- und Reisebüro
Werbebüro und Krankenkasse
Foyer, Kasse und Leitstände
Telefonservice und Telebanking
Infostände mit Ausstellung
Bank, Post, Hospital
TV-Corner
Stehcafe, Milchbar und Snacks
Shuttle-Taxizentrale

Betriebsräume

Technik
Büros
Küche
Kühlraum
Bierkeller
Ersatzteillager
Personal Aufenthalt und Umkleide
Toiletten

