

VDH INSIDE

AUSGABE 2021

NEWS, INFORMATIONEN UND TRENDS
FÜR HALLEN- UND INDOORSPIELPLATZBETREIBER

35. VDH-Branchentreffen
INTOBIA® – Die Branchenmesse



Aus dem Inhalt:
Positive Effekte aus der Krise
Foodtrends 2022
Reste sind Chancen, kein Abfall
und mehr ...



LANGNESE®

LIKKIES

Natürlich leckeres Eis am Stiel



Leck. Lecker. Likkies.

mit 100%
natürlichen
Zutaten



BESTE ZUTATEN — IN UNSEREN — HELLMANN'S SAUCEN!

Richard Hellmann

Einzigtiger Geschmack, hochwertigste Zutaten,
moderne Markenpräsentation –
die weltweite Nr. 1 Mayonnaise Marke*.



100% Eier aus
Freilandhaltung



100% Tomaten
aus nachhaltigem
Anbau



*Quelle Euromonitor International Limited: Packaged Foods 2021 Ausgabe, Einzelhandelsumsätze, Einordnung nach Dachmarke (schließt alle Verkäufe von HELLMANN'S und Best Food Marken ein), 2020 Daten.

Liebe Mitglieder,

herzlich Willkommen zum zweiten Mal im Hotel Esperanto in Fulda!

Nach der letztjährigen Zwangspause ist es endlich soweit und ich darf Sie als neuer Vorstandsvorsitzender zum 35. Branchentreffen mit INTOBIA® – Die Branchenmesse begrüßen. Ich freue mich besonders darüber, dass wir Ihnen nach der schwierigen Zeit dennoch einen bunten Ausstellermix auf insgesamt 29 Messeständen bieten können. Auch unsere Aussteller freuen sich, Ihnen ihre neuen Produkte aus den Bereichen Spiel, Technik, Hygiene und Gastro präsentieren zu dürfen.

Unser Programm für das Branchentreffen ist dieses Mal mit vielen Neuigkeiten aus der Freizeitbranche und dem Verband gespickt und bietet natürlich auch wieder genügend Zeit und Raum zum Netzwerken und für den informellen Erfahrungsaustausch.

Ob beim Vorabendtreff während des „Rodizio“, einer traditionellen, brasilianischen Spezialität oder auch während des Besuches im Rhönräuberpark steht die Gemeinschaft und der Austausch im Vordergrund.

Abschließend wünsche ich Ihnen allen nun viel Spaß beim Durchblättern der neusten Ausgabe unserer VDH Inside und dass wir alle ohne größere Zwischenfälle erfolgreich in unsere Hauptsaison starten können und endlich alle wieder unserem gewohnten Geschäft nachgehen können.



Herzlichst
Ihr Markus Riotte

INHALT

EDITORIAL	03	WISSENSWERTES UND NEWS	26
NEUES VOM VDH	04	Branchennews	26
35. VDH-BRANCHENTREFFEN 2021	06	Foodtrends 2022.....	30
Programmablauf	07	Fördermöglichkeiten	36
Ausstellerplan	09	Resteverwertung	38
Unterkunft und Rahmenprogramm	10	UNSERE FÖRDERMITGLIEDER	40
Vorträge und Referenten	13	VERANTWORTLICHKEITEN/ANZEIGENPREISE	43
THEMEN.....	14	TERMINE / MESSEN / IMPRESSUM	44
Interview	14		
Schadenbeispiele	16		
RUND UM DIE VDH-MITGLIEDER	20		
Positive Effekte aus der Krise	20		
Auf dem Sprung	22		

NEUES AUS DEM VORSTAND

MITGLIEDERBETREUUNG

Um die VDH-Mitglieder zukünftig noch besser betreuen zu können wurde im Rahmen der Vorstandswahl im Juni 2021 beschlossen die Mitgliederbetreuung durch den Vorstand nach Bundesländern aufzuteilen. Daraus ergeben sich folgende Ansprechpartner:



NORD

Timo Gildemeister:

t.gildemeister@myvdh.de

0152 58933646



NORD

Annette Kalkowski:

a.kalkowski@myvdh.de

0176 32466133



**WEST + Schweiz
und Österreich**

Markus Riotte:

m.riotte@myvdh.de

0179 9086291



Schweiz

Österreich



OST

Jeanine Schaar:

j.schaar@myvdh.de

0177 2686666



SÜD

Christoph Wunderlich:

c.wunderlich@myvdh.de

0176 97630766

DER MARKANTEIL VON ZUCKERFREIEM SLUSH STEIGT WEITER

Der Trend zu mehr Light-Getränken hat sich im letzten Jahr weiter fortgesetzt. Im Jahr 2020 sind laut statistischem Bundesamt 1,45 Milliarden Liter zuckerfreie Cola, Cola-Mischgetränke und Limonaden in Deutschland produziert worden. In einem Zeitraum von zehn Jahren entspricht das einem Zuwachs von rund 27%. In derselben Zeit ist der Marktanteil von zuckerhaltigen Softdrinks um 1,6% geschrumpft. Der Trend zu „Light-Produkten“ wurde auch durch die Corona-Pandemie nicht unterbrochen und setzt sich weiter fort.

Im Slush-Eis Bereich ist dieser Trend sogar noch viel stärker ausgeprägt. In England zum Beispiel haben die großen Anbieter in den letzten Jahren ihr Sortiment schon teilweise komplett auf zuckerfreie Produkte umgestellt. Etwas anderes ist dort kaum noch zu bekommen! Die Firma Freunde der Erfrischung GmbH, 2018 Hersteller der ersten zuckerfreien Slush-Sirupe „Made in Germany“, meldet drei Jahre

später sehr positive Zahlen. „Mittlerweile ist jedes zweite Slush-Getränk aus unserem Hause zuckerfrei“, erklärt Andreas Sahlke, Geschäftsführer von SLUSHYBOY-FROZEN DRINKS. „Von allen Kunden, die uns bei dieser Entscheidung vertraut haben und sich für unsere SLUSHYBOY® Sugar Free Sirupe entschieden haben, ist kein einziger auf zuckerhaltige Grundstoffe zurückgewechselt“.

In Deutschland setzen inzwischen immer mehr große Freizeitanlagen auf zuckerfreies Slush, einen Nachteil gibt es schließlich nicht. Preislich gibt es keinen Unterschied. „Die Kinder interessiert es nicht so sehr, ob das Slush zuckerhaltig oder zuckerfrei ist“, erzählt Andreas Sahlke weiter. „Hauptsache die Farbe ist schön und es schmeckt lecker!“. Und das tut es auch, dank Premium-Farbstoffen (AZO-frei) und erstklassigen Aromen. Einen bitteren Nachgeschmack wie in vielen anderen „Light-Produkten“ gibt es hier nicht. Gäste, die eh ein Slush trinken wollen, tun es sowieso, ob mit oder ohne Zucker. Entscheidend für den zusätzlichen Erfolg sind aber die Gäste, die gar kein Slush trinken oder deren Kinder nicht so viel Zucker zu sich nehmen sollen. Dank zuckerfreier Produkte fällt die Entscheidung jetzt viel leichter. Die Konsumenten bekommen jetzt doch ein Slush oder eine größere Portion, denn es enthält ja keinen Zucker. Und wenn die Gäste sich freuen, dann ist die Gastronomie ebenfalls zufrieden....

2018 mit 6 Sorten angefangen, hat sich das SLUSHYBOY® Sugar Free Sortiment inzwischen auf die 10 beliebtesten Sorten erweitert (Blaubeere, Cola, Erdbeere, Kirsche, Lollypop, Pfirsich-Maracuja, Saurer Apfel, Wassermelone, Waldmeister, Zitrone). Ein weiterer Ausbau ist geplant.



www.unverfroren.de



Freunde der Erfrischung GmbH
Haferwende 29 b3 · 28357 Bremen
Tel. 0421/1651-2700 · Fax 0421/1651-2709
info@unverfroren.de · www.unverfroren.de

35. VDH-BRANCHENTREFFEN 2021

*Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Mitglieder und Freunde,*

wir begrüßen Sie herzlich zu unserem 35. Branchentreffen mit INTOBIA® – Die Branchenmesse hier in der Barockstadt Fulda.

Wir starten unser Programm am 08.11.2021, wie es bei uns schon fast Sitte ist, mit einem Ausflug in einen nahegelegenen Hallenspielfeldplatz, während unsere Aussteller ein vielfältiges und spannendes Messeerlebnis vorbereiten. Leider musste die INTOBIA® 2020 aus uns allen leidlich bekannten Gründen pausieren und startet in diesem Jahr wieder voll durch. Wir freuen uns, Ihnen nach der längeren Pause ein bunt gemischtes Angebot auf der INTOBIA® präsentieren zu dürfen.

Für uns alle brachte das Jahr 2020 und auch 2021 einiges Ungeahntes mit sich und wir wollen die Zeichen wieder deutlich auf „Neustart“ stellen.

Neustart ist auch das Stichwort, mit dem sich das Ergebnis der Jahreshauptversammlung in Dresden zusammenfassen lässt. Für den Verband begann in Dresden ein neues Zeitalter: Die „alten Hasen“ Uli Hähnel, Stefan Klinger und Tom Boye verabschiedeten sich aus dem Vorstand des Verbandes. Für ihre geleistete jahrelange Arbeit möchten wir uns an dieser Stelle nochmal ganz herzlich bedanken!

Die Geschicke des VDH werden nun von einem völlig neuen Team gelenkt. Mit Janine Schaar, Annette Kalkowski, Timo Gildemeister, Christoph Wunderlich und Markus Riotte haben wir ein neues Team, welches seine Ideen und Vorstellungen im Sinne des Verbandes und seiner Mitglieder umsetzen möchte.

Mit der INTOBIA® – Die Branchenmesse und dem 35. VDH Branchentreffen 2021 steht auch schon das erste Highlight für uns auf dem Programm. Neben den zahlreichen Ausstellern freuen wir uns ganz besonders, mit Jakob Wahl einen Hochkaräter aus der Freizeitbranche präsentieren zu können. Auch wir sind schon sehr gespannt! Und selbstverständlich nutzen wir unsere Chance, uns als Vorstand persönlich unseren Mitgliedern und Gästen vorstellen zu dürfen. Außerdem freuen wir uns, dass wir mit Timo Gildemeister jemanden aus dem Vorstand haben, der sich mit den Trends aus der Indoor-Freizeitbranche intensiv beschäftigt und Ihnen aus Betreibersicht viele Neuigkeiten näherbringen kann. Und natürlich möchten wir Sie auch nicht auf den Heimweg entlassen, ohne Ihnen unsere Vorstellungen zum „Neustart“ des VDH nähergebracht zu haben.

Wir wünschen uns allen schöne Stunden und viele aufschlussreiche Gespräche auf der Messe und dem Branchentreffen!



Markus Riotte

PROGRAMMABLAUF

SONNTAG, 07.11.2021

BRANCHENTREFFEN
PRE-OPENING FÜR FRÜHANKOMMENDE

16:00 - 17:30 Uhr Bowling iX-Bowling Fulda

18:00 Uhr Abendessen als „Rodizio“ im Grillrestaurant „Toro Negro“

ab 20:00 Uhr Ausklang an der Hotelbar



MONTAG, 08.11.2021

BRANCHENTREFFEN / INTOBIA

11:00 - 13:00 Uhr Besuch ISP Rhönräuberpark
Fahrgemeinschaft ab Hotel

13:30 - 14:00 Uhr Check In mit Begrüßungskaffee
in der Esperantohalle

14:00 Uhr Offizielle Eröffnung Messe, Begrüßung

14:00 - 18:00 Uhr INTOBIA - Die Branchenmesse

18:00 - 20:00 Uhr Abendessen Stehbuffett im Messeraum

Ab 20:00 Uhr Ausklang an der Hotelbar

DIENSTAG, 09.11.2021

BRANCHENTREFFEN

09:45 - 10:00 Uhr Begrüßung durch den Vorstand

10:00 - 10:15 Uhr Vorstellung neuer Vorstand

10:15 - 11:00 Uhr Vortrag: Einblicke in die IAAPA und
Kooperation mit dem VDH

11:00 - 11:30 Uhr Vortrag: Trends - Neues aus der
Indoorbranche

11:30 - 12:00 Uhr Kaffeepause

12:00 - 13:00 Uhr Neues aus dem VDH

13:00 - 14:00 Uhr Mittagessen im Hotel

14:00 Uhr Abreise

- Änderungen vorbehalten -

ANSCHRIFTEN

Hotel Esperanto, Kongress- und Kulturzentrum Fulda, Esperantoplatz, 36037 Fulda, Tel.: +49 (661) 242 91-0
iX-Bowling, Alte Ziegelei 10-12, 36100 Petersberg (ca. 10 min. Autofahrt)

Rhönräuberpark, Rhönerland-Zentrum GmbH & Co. KG, Hauptstrasse 6, 36142 Tann/Rhön, Tel.: 06682 – 9708911

TIPPS RUND UM DAS BRANCHENTREFFEN

BAROCK IN FULDA

Erkunden Sie die Stadt Fulda auf eigene Faust. Fulda verfügt rund um Dom, Orangerie und Stadtschloss über das größte zusammenhängende Barockviertel in Deutschland. Besichtigen Sie z. B. die historischen Räume des Stadtschlusses oder erkunden Sie die Parks und Gärten der Stadt.

KINDER-AKADEMIE FULDA

Lassen Sie sich inspirieren in der Kinder-Akademie Fulda (KAF), dem ältesten eigenständigen Kindermuseum in Deutschland. Die KAF versteht sich als interaktives Museum für die ganze Familie. Hauptattraktion ist das europaweit einzige „Begehbare Herz“.

accu *Solution* profi

Ihr Partner für
Batterie- und Ladetechnik

100% Power

für mehr Fahrspaß!



Neu im Sortiment:
G06 - 12066
mehr Kapazität
+ doppelte Zyklenleistung

Davon profitieren Sie direkt!

+punkte für Sie:

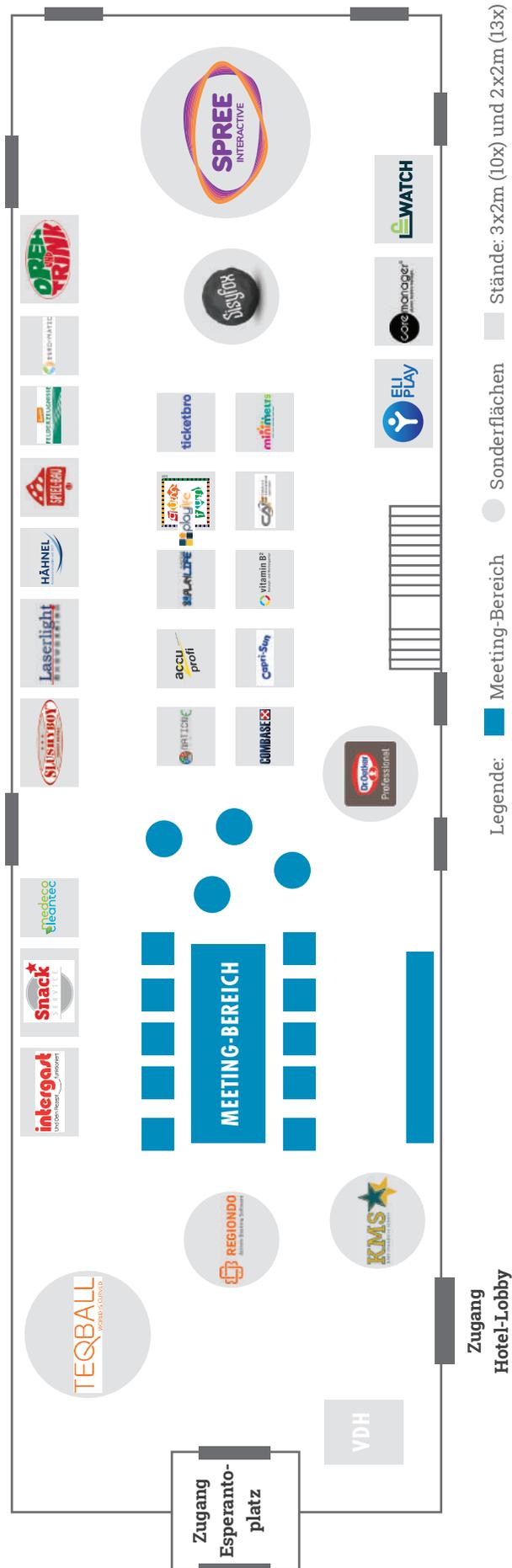
- + Umfangreiche Lagerhaltung
- + Keine Mindestabnahmemengen
wir liefern ab 1 Stück
- + Kein Mindestbestellwert
- + Kurze Lieferzeiten für alles „ab Lager“
(bis 14:00 Uhr Versand am gleichen Tag)
- + Auf Wunsch **Direktlieferung** an Ihren
Kunden (mit **neutralem** Lieferschein)

Unsere starken
Marken



accu-profi Solution GmbH & Co. KG | An der Loher Mühle 25 | 32545 Bad Oeynhausen

Hotline +49 (0)5731 866555-0 | www.accu-profi.de



AUSSTELLER

accu-profi Solution GmbH & Co. KG
 Capri Sun Vertriebs GmbH
 Combase AG
 coretress GmbH
 CREATIVE AMUSEMENT FACTORY GmbH
 DEMETER-Felderzeugnisse GmbH
 Dreh und Trink, Klosterquell Hofer Vertriebs GmbH
 Dr. Oetker GmbH
 ELI Play GmbH
 EURO-MATIC
 Freunde der Erfrischung GmbH (Slushyboy)
 Gum and Fun GmbH
 Hähnel Assekuranzmakler GmbH & Co. KG
 INTERGAST Handelsgesellschaft mbH
 IPWatch GmbH
 KMS Handels GmbH
 Laserlight Showdesign
 Medeco Cleantec GmbH, Agentur für Systemlösungen
 Mini Melts GmbH
 Nation-E Innovation GmbH
 Playlife System GmbH
 Regiondo GmbH – Activity Booking Software
 Snack Service
 SisyFox GmbH
 Spiel-Bau GmbH
 SPREE Interactive GmbH
 TEQBALL
 ticketbro GmbH
 vitamin B² | Konzept- und Werbeagentur

UNTERKUNFT UND RAHMENPROGRAMM

FULDA

Die Stadt Fulda liegt am gleichnamigen Fluss und gehört zum östlichen Teil des Rhein-Main Gebietes. Die Lage in Hessen, nahe der Mitte Deutschlands, ist für alle VDH-Mitglieder ein zentraler Treffpunkt.

Fulda war Sitz des Klosters Fulda und ist heute eine Hochschul-, Barock- und Bischofsstadt. Das Stadtbild ist geprägt durch den barocken Baustil und als Wahrzeichen der Stadt gilt der Dom St. Salvator. Die Gründung des Klosters Fulda am 12. März 744 wird als Entstehungsdatum der Stadt Fulda genannt. In diesem Sommer hat die osthessische Barockstadt daher ihren 1.275. Geburtstag mit zahlreichen Veranstaltungen gefeiert.



DAS HOTEL

Das Hotel ESPERANTO ist Treffpunkt zum Tagen, Feiern und Wohlfühlen. Es ist ausgezeichnet als 4* Superior Hotel.

Das große Kongress- und Kulturzentrum bietet variable und professionelle Tagungsmöglichkeiten. In dem Kongresszentrum finden Konzerte und andere kulturelle Veranstaltungen, wie z.B. Auftritte von bekannten TV-Komikern statt. Mit 327 hellen lichtdurchfluteten Zim-

mern, einem großzügigen Wellnessbereich mit einem Sportschwimmbecken und vielfältigen Gastronomieangeboten präsentiert sich das Hotel im Businessambiente.

In der Cocktailbar „Buena Vista“ des Hotels, welche sich im 6. Stock des Hauses befindet, erwartet die Besucher ein atemberaubender Blick über die Dächer von Fulda, ein engagiertes Barteam und ein vielfältiges Angebot.





Kooperationsangebot
Exklusiv für VDH-Mitglieder:
• 100% auf Spender
• 19% auf Füllmittel

- Optimierung Ihrer Waschräume-situation
- Reduktion Ihrer Verbrauchskosten
- kostenfreie und unverbindliche Beratung von Hygieneexperten

Weitere Infos:
www.blanc-hygienic.de/vdh

COSMOS

DIE IDEALE LÖSUNG FÜR IHREN SANITÄREN BEREICH.

Die innovative COSMOS-Serie mit Autocut- oder Sensor-Handtuch-, Toilettenpapier- und Seifenspender bietet vielfältige Mehrwerte aus einer Hand.



IHR SPEZIALIST FÜR WASCH- & ARBEITSRAUMHYGIENE

Innovative Produktlösungen, echte Mehrwerte – Made in Germany
Spender, Füllmittel & Service zu einem top Preis-/Leistungsverhältnis

**Fordern Sie Ihre kostenfreie Beratung an: info@blanc-hygienic.de
oder unter www.blanc-hygienic.de/vdh**

RAHMENPROGRAMM



Am Sonntag findet optional für Frühreisende das Pre-Opening statt. Dieses startet dieses Jahr mit einer sportlichen Runde beim Bowling. Drinks, Pins und ein gekonnter Wurf des Bowlingsballs sorgen für einen ausgelassenen Nachmittag und Hunger für den nächsten Programmpunkt.



Am Montag beginnt das Branchentreffen mit einem Besuch im Rhönerland-Zentrum in Tann. Mit Unterstützung von ticketbro bekommen wir einen spannenden Einblick in die Welt des Rhönräuberparcs mit Hochseilgarten und großartigen Spielattraktionen und besichtigen das Rhön-Dorf inklusive Manufaktur und Regionalläden.

VORTRÄGE UND REFERENTEN

MONTAG, 08.11.2021 INTOBIA® – DIE BRANCHENMESSE

Aussteller aus der Freizeitbranche präsentieren Ihnen auf der INTOBIA® – Die Branchenmesse ihre Produkte und Dienstleistungen. In diesem Jahr erwarten Sie neue Trends in den Spielattraktionen und Möglichkeiten den

neuen Hygienevorschriften gerecht zu werden. Aber auch im Gastrobereich gibt es viele Neuerungen und mit der Digitalisierung bleibt es im Bereich Kassensysteme und Onlineticketing ebenfalls spannend.

DIENSTAG, 09.11.2021

10:00 – 10:15 UHR

DER VDH-VORSTAND STELLT SICH VOR

Bei Fragen und Anregungen rund um den Verband steht die VDH-Geschäftsstelle gern zur Verfügung.

VDH – Verband der Hallen- und Indoorspielplätze e.V.

Telefon: +49 30 92378750

E-Mail: info@myvdh.de

Web: www.myvdh.de

10:15 – 11:00 UHR

EINBLICKE IN DIE IAAPA UND KOOPERATION MIT DEM VDH

REFERENTEN: JAKOB WAHL & CHRISTOPH WUNDERLICH

Jakob Wahl ist COO und leitender Vizepräsident der IAAPA und verantwortlich für die regionalen Büros der IAAPA in der EMEA Region (Europa, Mittlerer Osten und Afrika), Nordamerika, Südamerika und den zwei Büros für Asien/Pazifik.

Christoph Wunderlich ist Geschäftsführer der Creative Amusement Factory und in ganz Europa unterwegs, um Indoorspielplätze und Freizeitparks mit Spielattraktionen und Fahrgeschäften auszustatten. Damit bleibt er immer up to date und kann über die Entwicklungen aus der Freizeitbranche informieren.

Gemeinsam stellen Herr Wahl und Herr Wunderlich die Möglichkeiten einer engen Zusammenarbeit mit dem VDH vor und welche Vorteile Ihnen dadurch dargeboten werden können.

IAAPA EMEA

Telefon: +32 2 535 78 69

E-Mail: EMEA@IAAPA.org

Web: www.IAAPA.org



Creative Amusement Factory GmbH

Telefon: +49 2572 988 753

E-Mail: christoph.wunderlich@amusement-factory.de

Web: amusement-factory.de



11:00 – 11:30 UHR

TRENDS – NEUES AUS DER INDOORBRANCHE

REFERENT: TIMO GILDEMEISTER

Timo Gildemeister ist Geschäftsführer des Fun Center Husum und hat sich parallel, aus einer nicht versiegenden Neugier heraus und der Motivation immer am Zahn der Zeit zu bleiben, der Trendsuche verschrieben. Er wird über die Entwicklungen aus der Indoorbranche berichten und Ihnen seine neuesten Funde vorstellen.

Fun Center Husum GmbH & Co.KG

Ostenfelder Str. 64, 25813 Husum

Telefon: +49 4841 7799411

E-Mail: info@funcenter-husum.de

Web: www.funcenter-husum.de



12:00 – 13:00 UHR

NEUES AUS DEM VDH

REFERENT: MARKUS RIOTTE, VORSITZENDER VDH E.V.

Wir danken unserem Sponsorpartner:



INTERVIEW

„DIE WETTBEWERBSFÄHIGKEIT DER EUROPÄISCHEN ANBIETER HAT SICH VERBESSERT“



„Die Corona Pandemie hat auch positive Effekte mit sich gebracht“, berichtet der Stellvertretende Vorsitzende des VDH Christoph Wunderlich.

Sie sind Spielgeräteeimporteur. Wie wirkt sich die Pandemie aus Ihrer Sicht auf die gesamte Branche aus?

Vor der Krise war unsere Branche von einer sehr hohen Dynamik gezeichnet. Die Trampolinhallen erleben ebenso einen Boom wie die Freizeitparks, die wetterunabhängiger sein wollten. Von heute auf morgen hat sich alles geändert. Viele Neueröffnungsprojekte wurden entweder verschoben oder gecancelt. Keiner wusste ja, wie lange die Krise andauern würde.

Aber im Sommer 2020 war ja zunächst Entspannung angesagt...

Richtig. Wir haben auch ein Aufbäumen der unterschiedlichen Betreiber festgestellt. Es wurde an den Projekten weitergearbeitet. Bis die zweite Welle Anfang November kam. Das gleiche Spiel wiederholte sich; Projekte stagnierten. Und dazu muss gesagt werden, dass sich die Lage der Outdoor-Erlebniseinrichtungen deutlich mehr entspannte als die der Indooranlagen. Hier rechne ich erst ab 2022 mit einer echten Entspannung.

Was ist in der Zwischenzeit passiert?

Aus Lieferantensicht kann ich sagen, dass die meisten Lieferanten den Kopf nicht hängengelassen haben. Nach dem Motto „Die Krise ist da, sie geht aber auch vorüber“, haben viele in die Entwicklung ihrer Produkte investiert – teilweise mit den Überbrückungshilfen. Es wurde dabei der Fokus auf die digitale Weiterentwicklung gelegt und viele Anbieter haben auch die Virtual Reality Angebote noch weiterentwickelt.

Wie muss man sich das vorstellen?

Die Spielgeräte bekommen zunehmend einen Gamingcharakter und erfordern Interaktivität zum Beispiel durch RFID Tags. Sprünge auf dem Trampolin werden

gescannt und auf einem Bildschirm übertragen, Ballshooter werden interaktiv mit interaktiven Zielen durch Projektion, Basketball-Trampoline erhalten Wettkampfcharakter, Rutschen werden beleuchtet und es wird immer mehr bei Neuanschaffungen auch thematisiert und, und, und...

Wie wichtig war die kürzlich stattgefundenene Branchenmesse IAAPA

Die war sehr wichtig für alle Beteiligten, die sich endlich mal wieder persönlich treffen konnten. Es hat einen Ruck für die gesamte Branche gegeben, die Vorzeichen sind wieder anders – auch für die Indoorhallen. Für viele ist die Messe zu einem Wendepunkt geworden, die Zuversicht ist wieder da.

... solange es nicht von politischer Seite wieder Einschränkungen gibt...

Richtig. Die kürzliche Aufhebung der Maskenpflicht über 3G Plus in Bayern hat uns einen großen Schritt nach vorn gebracht. Es war verbandsintern schon angedacht, eine Sammelklage in Bayern gegen die Maskenpflicht für Kinder beim Spielen einzureichen. Aber das hatte sich mit der Aufhebung zum 06.10.2021 dann glücklicherweise erledigt.

Hat die Pandemie neben neuen technischen Entwicklungen noch etwas bewirkt?

Der ganze Weltmarkt hat sich verändert. Davon ist nicht nur unsere Branche, sondern auch ganz viele andere betroffen. Die Containerpreise aus China haben sich mehr als vervierfacht! Das hat zur Folge, dass sich die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Anbieter deutlich verbessert hat. Und das ist eine Chance! Europa kann den Bedarf decken; wir lassen ja heute schon viel in der Türkei zum Beispiel produzieren. Probleme haben jetzt natürlich diejenigen, die Vorprodukte aus China beziehen. Corona hat bewirkt, dass wir uns jetzt mehr auf „Made in Europe“ besinnen und uns bewusst geworden ist, wie abhängig wir als Lieferanten von China waren und die Krise somit jetzt auch als Chance nutzen können. Das sehen auch viele Kunden so – egal aus welcher Art Erlebniseinrichtung.

INDOORTAINMENT®

PLAN EQUIPMENT WERBUNG

PLUS

Kasse & Ticketing



Contigo

INDOORTAINMENT.DE

SCHADENBEISPIELE

AUS DER PRAXIS EINES VERSICHERUNGSMAKLERS

Eine alte Volksweisheit sagt, dass sich der Wert eines Versicherers erst nach einer Schadenregulierung zeigt. Dies ist leider falsch. Es gibt (fast) keine guten oder schlechten Versicherer, sondern nur gute oder schlechte Versicherungsbedingungen. Die Versicherer zeigen allenfalls Unterschiede in der Abwicklung von Kleinschäden oder in der Regulierungsgeschwindigkeit. Wir arbeiten als Versicherungsmakler seit mehr als 40 Jahren mit ca. 60 Versicherungsgesellschaften zusammen und betreuen ca. 300 Schäden jährlich. Wir können uns daher ein Urteil erlauben. Da es in der heutigen Versicherungswelt so gut wie keine Kullanzzahlungen mehr gibt, kann eine gute Schadenregulierung nur erfolgen, wenn auch die geschriebenen Versicherungsbedingungen gut sind. Und je größer der Schaden, desto strenger werden die geschriebenen Bedingungen angewendet und die gesetzlichen Möglichkeiten des VVG (Versicherungsvertragsgesetz) vom Versicherer ausgenutzt.

Hier einige Fälle aus unserer Praxis, die aufzeigen, dass es auf die Qualität der Versicherungsbedingungen ankommt – am besten vor dem Schaden!

- Vor wenigen Wochen gab es bei einem unserer Kunden am Niederrhein einen **Überspannungsschaden** an der BMA und der Übertragungseinrichtung. Die BMA war 17 Jahre alt und der Hersteller (Bosch) hatte dem Kunden bereits vor 3 Jahren mitgeteilt, dass es keine Ersatzteile mehr für die Anlage gibt und er die alte Anlage austauschen müsse. Dies hat der Versicherungsnehmer jedoch nicht getan. Der Überspannungsschaden konnte mangels Ersatzteilen nicht repariert werden und es musste eine neue Anlage gekauft werden. Kosten rund 12.000 €. Der Versicherer sah eine Obliegenheitsverletzung des Kunden, weil er gegen die Betriebssicherheitsverordnung, §3 der Landesbauordnung und weitere Vorschriften verstoßen hat und wollte den Schaden um 66% kürzen! Glücklicherweise enthielt unsere Versicherungspolice einen Sonderpassus, wonach der Versicherer diese Kürzung nicht vornehmen darf. Der Versicherer musste den Schaden in voller Höhe auszahlen. Niemand kennt alle behördlichen Vorschriften und niemand hält diese immer ein? Diesen Verzicht auf Kürzung bei grobfahrlässiger Ver-

letzung von behördlichen Vorschriften halten wir für unverzichtbar.

- Im letzten Jahr kam es im Osnabrücker Land zu einem glücklicherweise nur kleinen **Brandschaden**. Die Feuerwehr hat als Schadenursache einen technischen Defekt unterhalb der Fritteuse ausgemacht. Der hinzugezogene Sachverständige hat festgestellt, dass das elektrische Gerät nicht wie vorgeschrieben jährlich durch eine Fachkraft für Elektrotechnik überprüft und dokumentiert wurde. Daher wollte der Versicherer den Schaden wegen Obliegenheitsverletzung um 50% kürzen. Nach unserem Hinweis, dass die von uns verwendeten Versicherungsbedingungen dies nicht zulassen, wurde der Schaden in Höhe von ca. 20.000 € vollständig bezahlt. Auch hier stand der Vorwurf einer grobfahrlässigen Obliegenheitsverletzung im Raum.

- Im Sommer kam es zu **starken Regenfällen** bei einem Kunden im nördlichen Ruhrgebiet. In einem Kellerabgang war der Gully verstopft, wodurch sich das Wasser im Kellerabgang staute und in den Betrieb lief. Der Fußboden des Betriebs wurde auf ca. 300 qm überschwemmt. Der Fußbodenoberbelag musste erneuert werden, Theken und Möbel wurden beschädigt. Hinzu kam ein **Betriebsunterbrechungsschaden** von 4 Wochen. Insgesamt belief sich der Schaden auf ca. 55.000 €. Bei diesem Schaden handelt es sich weder um einen Leitungswasserschaden noch um einen Elementarschaden (Überschwemmung). Glücklicherweise beinhaltet der Versicherungsschutz des Kunden auch die sog. „Unbenannten Gefahren“, sodass der Schaden vollständig versichert war.

- Im südlichen Hessen hat vermutlich eine kleine Windhose große **Verwüstung** im Outdoorbereich eines Freizeitbetriebs angerichtet. Ein umgestürzter Baum hat Spielgeräte unter sich begraben und Gastronomie-Einrichtung und kleinere Sachen wurden durch die Luft geschleudert. Üblicherweise sind in einer Inhaltsversicherung Sachen im Freien nicht gegen Sturm versichert. Aufgrund einer besonderen Klausel war der Schaden in Höhe von ca. 8.000 € zumindest in Höhe von 5.000 € versichert.



■ Vor einigen Jahren hatten wir bei einem Kunden im hohen Norden einen ungewöhnlichen **Elektronikschaden** an einem Videospielautomaten. Glücklicherweise beinhaltet der Vertrag eine Elektronikversicherung bei dem sogar elektronische Spielgeräte eingeschlossen sind. Die Reparatur war extrem aufwendig und kompliziert und die Regulierung hat sich über viele Monate (viel zu lange) hingezogen. Am Ende hat man sich auf eine Entschädigung in Höhe von 3.500 € geeinigt. Ärgerlich war, dass der Verdienstausfall aus dem Spielgerät damals nicht versichert war. Wir haben diesen Schadensfall zum Anlass genommen unseren Versicherungsschutz noch weiter zu verbessern. Seit 3 Jahren haben wir nun auch den Verdienstausfall aus einem Elektronikschaden in unserer Police mitversichert.

■ Bei einem Kunden im Ruhrgebiet wurde nachts wahrscheinlich von einem wendenden LKW die **Toranlage zum Grundstück angefahren**. Die Gebäudeversicherung beinhaltet auch die Gefahr „Anprall von Fahrzeugen“ und die Toranlage war als „sonstiges Grundstücksbestandteil“ mitversichert. So konnte der Schaden von ca. 8.500 € von der Gebäudeversicherung eingefordert werden.

■ Bei einem Kunden in Baden-Württemberg wurde **eingebrochen**. Neben Schäden an Fenstern und Türen, wurden auch 15 Automaten aufgebrochen. Die Kosten für diese **Sachschäden** waren vollständig versichert, obwohl Automaten mit Geldeinwurf in normalen Versicherungsbedingungen meist vom Versicherungsschutz ausgeschlossen sind.

■ Ein Kunde in Hamburg hat seine Fassadenwerbung mit hochwertigen Scheinwerfern beleuchtet. Diese wurden nachts gestohlen. Unsere Versicherungspolice zahlt glücklicher Weise auch bei „Diebstahl von außen am Gebäude angebrachten Sachen“ bis 5.000 €.

■ In einem großen gastronomischen Betrieb am Niederrhein kam es zu einem **Rohrbruch** der Abwasserleitung, die in der abgehängten Decke verlief. Große Mengen Schmutzwasser ergossen sich in den Betrieb und verteilten sich auf mehreren hundert Quadratmetern. Betroffen waren Teppichböden, Laminat und ca. 200 qm Holzpodeste. Bei der Inhaltsversicherung handelte es sich um eine sog. Neuwertversicherung. Da die zerstörten Sachen jedoch schon älter als 8 Jahre waren, galt die Neuwertversicherung nicht und der Schaden wurde zum Zeitwert ersetzt. Der Kunde hat statt 60.000 € nur 12.000 € erhalten. Diese sog. Zeitwertvorbehaltsklausel gibt es immer noch in vielen bestehenden Versicherungspolicen und wir warnen alle Kunden davor. Leider hatte unser Kunde vor dem Schaden nicht auf unseren Rat gehört und wollte seinen alten Vertrag behalten, weil dieser 10% billiger war.

Die oben beschriebenen Beispiele sind alles Schadenfälle mit gewissen Besonderheiten. Die meisten unserer jährlich ca. 200 Sachschäden (Einbrüche, Leitungswasserschäden, Überspannungsschäden, usw.) sind Routine und eine Erwähnung würde sich nicht lohnen. **Aber diese Beispiele zeigen, dass es sehr stark auf die Qualität der Versicherungsbedingungen ankommt. Dann klappt es auch mit der Schadenregulierung.**

*Ulrich Hähnel, Versicherungsfachwirt
Hähnel Assekuranzmakler GmbH & Co KG
www.haehnel-am.de*

DREH UND TRINK ERSTRAHLT IN NEUEM GLANZ

- ✓ Mit **ECHTEN FRÜCHTEN** und aus **ÖSTERREICHISCHEM QUELLWASSER**
- ✓ 90% aller Befragten empfinden Dreh und Trink als **EINZIGARTIGE UND SYMPATHISCHE MARKE***
- ✓ **HOHE GEFÄLLIGKEIT DES NEUEN DESIGNS** bei Erwachsenen (49%) und Kindern (47%)*

*Quelle: Sensor Marktforschung August 2020, n=140 Konsumenten

**FREI VON
FARBSTOFFEN*UND
SÜSSUNGSMITTELN**

*ausgenommen Cola

**DIE FLASCHEN
AUS POLYETHYLEN
SIND ZU 100%
RECYCLINGFÄHIG**

**OPTIMALER SCHUTZ
UND OPTIMALE
HALTBARKEIT
DES PRODUKTS!**

**EINZIG-
ARTIGER DREH-
VERSCHLUSS**



**FREI VON
WEICHMACHERN
UND BPA***

Bisphenol A

**INNOVATIVER
UND RESSOURCEN-
SCHONENDER
HERSTELLUNGS-
PROZESS**

**PRO JAHR:
240-260T
REZYKLAT
(1/3 des Materials)**



EXKLUSIVER
VORTEILSBONUS
FÜR VDH-MITGLIEDER

**OREH
UND
TRINK**

DAS FRUCHTIGE ERFRISCHUNGSGETRÄNK

Mit
echten
Früchten



MIT
QUELL-
WASSER
AUS
ÖSTERREICH

www.drehundtrink.com

Klosterquell Hofer GmbH
Batteriestraße 1, 41460 Neuss, Deutschland
Tel.: +49 (1520) 912 5612, E-Mail: office@klosterquell.com

POSITIVE EFFEKTE AUS DER KRISE

STIMMEN DER BETREIBER ZU DEN (POSITIVEN) EFFEKTEN NACH & AUS DER KRISE

TIMO GILDEMEISTER (FUNCENTER HUSUM):

„Wir haben die Eintrittspreise Kinder/Erwachsene einheitlich auf 12,-€ pro Person angepasst. So kostet jeder Platz gleich viel und keiner meckert. Somit erreichen wir pro Person einen höheren Umsatz. Gut ist, dass wir bei Speisen nur noch 7% Mehr-

wertsteuer abführen müssen. Außerdem müssen sich die Kunden nun anmelden, wenn sie kommen wollen und halten die Zeiten, für die sie sich angemeldet haben, auch ein.“

JEANINE SCHAAR (PIPAPO SPIEL SPASS SPORT):

Anfänglich haben die Sorgen, vor allem wirtschaftlich, nicht unerheblich an uns genagt. Doch hat die Zeit mit Corona auch viele interessante und gute Erfahrungen und Veränderungen mit sich gebracht.

Mit dem zweiten Lockdown, ab dem 2. November 2020, waren wir natürlich gespannt, wann wir wieder öffnen dürfen. Die neue Hauptsaison hatte gerade gestartet und wir waren voll motiviert. Dass es sich bis zum August für uns hinzieht, hätten wir zu dem Zeitpunkt nicht gedacht.

Doch rückblickend auf die Schließzeit muss ich sagen, wann hatte ich das letzte Mal für so eine lange Zeit weniger Stress, Sorgen und Nerven gelassen, als in diesen 9 Monaten. Ich muss zugeben, es war vor der Eröffnung des PiPaPo 2012. So gemütliche Feiertage wie Weihnachten, den Jahreswechsel und Ostern waren seitdem undenkbar. Als kleine Familie haben wir die gemeinsamen Wochenenden voll auskosten, das ist im normalen Betrieb, in dem Marcel und ich vollwertig aktiv sind, nur selten möglich.

Als wir im Dezember realisiert hatten, dass sich die Schließzeit noch mindestens drei Monate hinzieht, fingen wir an, ungeliebte Arbeiten und Erneuerungen durchzuführen. Mit den Überbrückungshilfen ab Januar haben wir uns glattweg auf den Einbau einer Lüftungsanlage gestürzt. Glücklicherweise haben wir kurzfristig ein Planungsbüro engagieren können, welches sich unserer Halle angenommen hat. Zusätzlich wurden zwei kleine Bereiche mit neuem „hygienischeren“ Fußbodenbelag erneuert

und unsere Kassen ausgetauscht. Selbst wenn die umfangreichen Hilfen gekürzt werden sollten, so sehen wir es dennoch als voraussichtlich zinsloses Darlehen für sinnvolle und teilweise tatsächlich notwendige Investitionen.

Der Einbau und die Inbetriebnahme der Lüftung hat sich leider etwas verzögert, so dass wir das PiPaPo nicht schon zum Juli, sondern erst zum August öffnen konnten. Das Wetter hat mitgespielt und die Inzidenzwerte waren niedrig. Wir hatten einen sehr guten Besucherstrom, als wäre alles „wie früher“. Wir wurden vermisst und viele Stammkunden haben uns direkt an den ersten Tagen besucht. Eine „dezent“ Eintrittserhöhung von ca. 20% wurde selten hinterfragt, sondern meist kommentarlos hingenommen. Alle festangestellten Kollegen sind bei uns geblieben und haben sich sehr gefreut, als wir wieder angefangen haben. Lustigerweise mit zwei linken Händen und in Zeitlupe. Wir haben alle so viel an Geschwindigkeit und Rhythmus der Abläufe eingebüßt, dass wir uns allesamt wie Anfänger gefühlt haben. So haben wir glattweg am eigenen Leib gemerkt, was jahrelanges hartes Training ausmacht...

Anders als der Großteil der Hallenspielfläche haben wir unseren Onlineticketverkauf nicht aktiviert und nur mit dem Vorortverkauf gestartet. Auch haben wir keine Zeitfenster eingeführt, sondern ein Sammelrechnungssystem, anhand dessen wir sehr gut nachvollziehen können, wann wie viele Gäste kommen und gehen. Die Gäste sind flexibel und

die Plätze nicht bereits vorab geblockt. Gefühlt haben wir geöffnet wie immer und einen gleichbleibenden guten Durchlauf. Sicher, ein Rückgang der Besucherzahlen durch die 3G Regel oder besorgte Personen ist vorhanden, dafür haben wir jetzt entspanntere und vor allem zahlungsbereite Gäste. Wir werden derzeit zu den typischen Stoßzeiten nicht mehr völlig überrollt. Personell benötigen wir an guten Tagen nun nicht mehr 7 Personen, sondern nur noch 5 bis 6 Kollegen zeitgleich. Die Kunden bauen keine elendig langen Warteschlangen mehr und die Punkt 12 Uhr „wir haben jetzt sofort alle Hunger“ Gäste verteilen sich besser über mehr als nur 30 Minuten. Die Küche ist somit gleichmäßiger ausgelastet und kann die Bons besser abarbeiten.

Unser Fazit für Corona: Manchmal ist es gut, alles zu überdenken, mal bei Null anzufangen, neue oder andere Hürden zu nehmen und vor allem Chancen zu ergreifen. Wir leben zum Glück in einem Land, das mit einem an sich gut funktionierendem Sozi-

alsystem in solchen Krisen Möglichkeiten bietet, diese zu überstehen. Langfristig bestimmt nicht ganz kostenfrei, doch insgesamt haben wir in den letzten Monaten mehr Zuschüsse, KUG und Co erhalten, als wir in den gesamten Jahren an Steuern bezahlt haben. Somit, mit bestem Dank zurück.

Jetzt planen wir schon für den kommenden Sommer eine drei- bis vierwöchige Schließzeit, um die Küche zu vergrößern. Sicher wollen wir keine auferlegten Schließungen mehr, doch sollte ein erneuter Lockdown kommen, haben wir schon einen Plan, wie wir die Zeit überbrücken. Der Umbau wird gegebenenfalls vorgezogen und wir freuen uns über mehr Platz.

Ich hoffe, Ihr habt alle ebenso das Beste aus der Zeit gemacht und seid vor allem entspannt durch die Pandemie gekommen.

Sonnige Grüße aus der Lausitz
Jeanine vom PiPaPo

ANNETTE KALKOWSKI (SPIELSCHEUNE DER GESCHICHTEN):

„Positiv finde ich die höhere Wertschätzung der Kultur- und Freizeitbranche, dadurch wird der Spaßfaktor erhöht. Die Digitalisierung ermöglicht uns jetzt schlankere Strukturen. Die vorher manchmal

uneinsichtigen Kunden haben nun mehr Verständnis für die geltenden Regeln, die jetzt auch mehr Beachtung finden. Ansonsten haben wir die Pandemie für größere Umbaumaßnahmen genutzt.“

MARKUS RIOTTE (BOSILAND):

„Wegen der Beschränkungen durften weniger Besucher gleichzeitig in der Halle sein. Zunächst haben wir, wie viele auf 2 x 4 Stunden Timeslots umgestellt, mit Reinigungspause. Dieses System erschien uns aber zu starr und unflexibel für die Gäste, also haben wir das Tagesticket zu einem Zeitticket gemacht. So haben wir 4 und 2 Stunden Tickets eingeführt. 4 Stunden. jetzt zum Preis vom ganzen Tag vor Corona und ein 2 Stunden Ticket, das im Schnitt aber 65% des Tagespreises von früher kostet.

Dies ist eine verdeckte Preiserhöhung und wir versprechen uns dadurch eine höhere Drehung in den Besucherzahlen. Unsere Halle ist generell recht klein und mit einer max. Kapazität von 400 Besuchern zeitgleich immer recht schnell ausgebucht. Besucher, die aber 6 Stunden bleiben, haben nicht

zwangsläufig einen höheren Umsatz im Gastro gemacht. Daher hieß es für uns, ein kürzerer Aufenthalt mit mehr verschiedenen Gästen über den ganzen Tag sollen mehr Nebenumsatz generieren.

Um das durchzuführen, haben wir dann natürlich ein Buchungssystem benötigt. Das haben wir dann schnell erst mal improvisiert und sind jetzt dabei, uns an dieser Stelle immer noch zu professionalisieren. Die Gäste haben dieses Prinzip mittlerweile akzeptiert – auch wenn wir in unserer Umgebung der einzige Hallenspielfeldplatz sind, der das so macht.

Die genauen Auswirkungen auf den Umsatz und unsere Besucherzahlen werden wir erst jetzt genau betrachten können, nachdem wir auch wieder auf Vollkapazität hochgehen können.“



AUF DEM SPRUNG

PLAYLIFE IST BEREIT FÜR DAS NÄCHSTE LEVEL

Der marktführende Ausstatter und Hersteller von Indoorspielplatz- und Trampolinanlagen in Deutschland stieg im Laufe des letzten Jahres mit einigen Neuerungen und der Fusion mit der Global Leisure Group eine Liga auf.

Playlife (ehem. ELI Play Bielefeld/FPS), der Branchenpionier erster Stunde, ist nun Teil des Firmenzusammenschlusses „Global Leisure Group“, der aus namhaften Akteuren der Freizeitindustrie, wie Sidijk, SPI Global Play und HPS Play Company (Dubai und Österreich) besteht. Mit vereinten Kräften, Kompetenzen und europäischen Produktionsstätten platziert sich die Gruppe als globaler Branchenführer. Das ermöglicht eine noch nie da gewesene Produktvielfalt aus den Segmenten Leisure, Play, Adventure, Sport und Klettern, Edutainment, Water Splash, Snow Play, Thematizierung und Retail Play.

BREITE PRODUKTPALETTE UND KOMPETENZ

Im Fokus stehen natürlich noch immer die Kernkompetenzen Indoorspielplatz- und Trampolinanlagen, in deren Innovation, Optimierung und Planung das geballte Know-how der Gruppe fließt. Playlife positioniert sich nun verstärkt als Entwickler und Realisierer von Gesamtkonzepten im Leisure- und Family Entertainment-Bereich und kann vom Partyraum über das Kassensystem bis zur Spielstruktur oder Trampolinanlage alles anbieten, was zum erfolgreichen Betrieb gebraucht wird. Das Besondere dabei ist, dass Playlife völlig individuelle, kreative und global inspirierte Konzepte entwickelt, die durch langjähriges und umfassendes regionales Branchenwissen des Unternehmens

auch in Deutschland funktionieren. Geschäftsführer Jonathan Herrmann sieht eine erfolgreiche Zukunft:

„Es ist großartig, ein Teil der Global Leisure Group zu sein. Wir sehen großes Potenzial für die kommenden Jahre mit all den verbundenen Unternehmen, erfahrenen Mitarbeitern und fantastischen Konzepten, die innerhalb der Gruppe bereits existieren. Wir sind überzeugt, dass wir zusammen mit unseren Kunden, eine Vielzahl an spannenden Projekten rund um den Globus realisieren werden.“



Mit hochqualitativen Produkten und Konzepten, starken Partnern, über 25 Jahren regionalem Know-how und einem einzigartigen Branding im Gepäck startet Playlife in eine neue Ära.

Haben Sie Fragen? Kontaktieren Sie uns gerne!



Playlife-System GmbH,
Detmolder Straße 596, 33699 Bielefeld
+49 (0)521 26075580, info@playlife-system.com
www.playlife-system.com

DIE BESSEREN PREISE BEKOMME ICH GEMEINSAM!



Sichern Sie sich dauerhaft bessere Preise für
STROM UND GAS mit der mächtigsten
EINKAUFGEMEINSCHAFT
für kleine und mittelständische Unternehmen!

1,3 MRD. EURO

Energiekosten-
verantwortung



5,6 MRD. KWH

Energiegemeinschafts-
volumen



20.000

Mitglieder aus
mittelständischem
Gewerbe



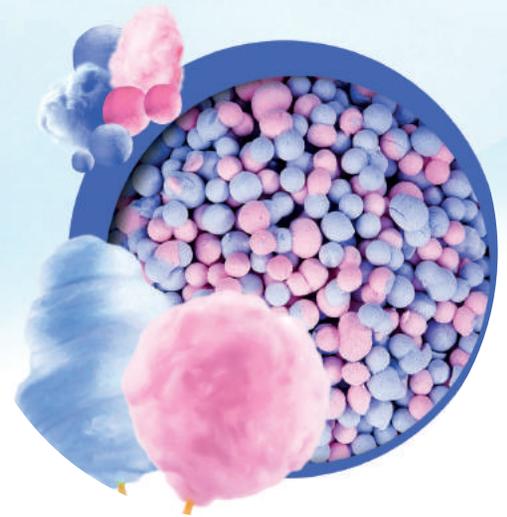
Jetzt beitreten und sparen:
Exklusive Sonderkonditionen
für VDH-Mitglieder.

minimelts®

THE ICE CREAM DREAM



Betriebst du einen
coolen Spielplatz?
Wir haben das
richtige Eis dafür!



Köstliche Mini
Melts Eiskügelchen
sind alles andere
als das
gewöhnliche Eis.



Mini Melts ist ein
einzigartiges Speiseeis,
welches mit Hilfe von
flüssigem Stickstoff bei
-197°C hergestellt
und bei ca. -30°C
serviert wird.

www.minimeltseis.de
office@minimeltseis.de

Wir sind exklusiv beauftragt für einen Investor bestehende Hallenspielplätze und Jump Arenen im gesamten Bundesgebiet zu suchen und mandatiert vertrauliche Gespräche und Verhandlungen mit den Betreibern zu führen.

Das Ziel ist eine Kooperation oder auf Wunsch auch die Übernahme der Immobilie sowie die Fortführung des Geschäftsbetriebes.

Bei Interesse können Sie uns gern kontaktieren, um weitere Details und die Vorgehensweise in einem vertraulichen Gespräch zu erörtern.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf.



Punktlandung Konzept.

Unsere Expertise für Ihr Indoorerlebnis

Bereits 1998 wurde in Deutschland der erste Indoorspielplatz eröffnet: Euro Eddy Family Funpark Center. Das Geschäftsmodell des Kinder-Entertainments war eine Neuheit. Heute bietet nahezu jede Stadt vergleichbare Hallenspielplätze. Und Angebote wie die Trampolin-Arena bilden die Grundlage für TV-Erfolge wie "Big Bounce".

Aktiv an der damaligen Gründung des Euro Eddy beteiligt, sind wir auch heute noch fest mit der Welt des Indoor-Entertainments verwurzelt. Von der Analyse, über den Businessplan bis hin Planung und der fertigen Umsetzung bietet Jo-Consult durchdachte und qualitätsgeprüfte Vergnügen für den Indoorspielplatz und den Trampolinpark.



Analyse



Planung



Umsetzung



Nachbetreuung

Businessplan.

Punkt für Punkt voran bis zur Eröffnung

Mit der Erstellung des Business-Planes, der Floorplanung, sowie der Auswahl der Produkte begleiten wir Sie auf Wunsch

auch bei den Gesprächen mit den finanzierenden Instituten. Nach Erhalt der Finanzierungszusage sind wir auch an Ihrer Seite, wenn es um die komplette Abwicklung der Innenausstattung Ihres Hallenspielplatzes geht.

+++ NEUES AUS DEM VDH +++

NEUSTART! NICHT NUR FÜR DIE BRANCHE - AUCH FÜR DEN VERBAND!

Wie eingangs in dieser Ausgabe der VDH-Inside erwähnt, ist es nicht nur für die meisten Hallenspielflächen an der Zeit den Neustart umzusetzen, sondern auch für den Verband.

Wir haben als Vorstand unsere Arbeit im Mai aufgenommen und haben erste Ideen und Maß-

nahmen entwickelt, die wir hier auf diesem Branchentreffen präsentieren möchten. Wir wollen die Möglichkeit nutzen, Ihnen unsere Ideen vorzustellen und anschließend mit Ihnen, unseren Mitgliedern, in den sachlichen Diskurs einzusteigen.

MITGLIEDER

Wir haben uns vorgenommen, den Verband wieder auf breitere Beine zu stellen. Herbe Mitgliederverluste unter den Betreibern in den letzten Jahren haben dem Verband schwer zugesetzt. Wir haben es zu unserem Ziel erklärt, dem entschieden entgegen zu wirken.

Zu einem lebendigen Verband gehören lebendige Mitglieder, die sich im Verband, auch außerhalb der Vorstandstätigkeit, einbringen. Der VDH erhebt den Anspruch, die Branchenvertretung der Hallen- und Indoorspielflächen im deutschsprachigen Raum zu sein. Dazu bedarf es aber einer deutlich größeren und repräsentativeren Zahl an Betreibern im Verband.

Welche Weichen gestellt werden müssen, damit mehr Betreiber die Chance haben dem Verband beizutreten, möchten wir gerne mit Ihnen besprechen. Als großen Knackpunkt haben wir hier den verpflichtenden Ehrenkodex ausgemacht. Dies war bereits Thema zahlreicher Diskussionen unter dem bisherigen Vorstand. Letztendlich muss man anerkennen, dass der Ehrenkodex ein hehres Ziel war, um die Branche in einem qualitativ hochwertigen und sicheren Licht zu zeigen. Die Durchführung des Ganzen zeigte sich aber deutlich schwieriger als gedacht. Die Folge waren zum Beispiel zahlreiche Ausschlüsse von Betrieben, die gerne

Mitglied im Verband waren. Es ist demnach an der Zeit, diese Hürden zu durchbrechen, bevor der Verband noch weitere Mitglieder verliert. Wir möchten das Qualitätszertifikat aber nicht einfach abschaffen, sondern es muss auf Freiwilligkeit basieren und darf nicht weiter als Eintrittsbarriere Hallenspielflächen daran hindern, Mitglied zu sein oder zu werden. Es muss in unserer Branche möglich sein, dass beide Wege nebeneinander existieren können und dass alle Betreiber von Indoorspielflächen, die das möchten, sich in einem Verband organisieren können. Der Verband vertritt diese breite Masse der Anlagen im deutschsprachigen Raum. Daher soll die Rückgewinnung ehemaliger Mitglieder und die Gewinnung neuer Anlagen im Mittelpunkt unseres Handelns stehen. Wir haben uns das langfristige Ziel gesetzt, mindestens 200 Anlagen im Verband zu vereinen.

Neben den Indoorspielflächen gibt es selbstverständlich auch noch viele andere Zweige der Indoor-Freizeit-Branche, die eine interessante Zielgruppe für uns als Verband darstellen. Auch hier möchten wir gern unser Bestmögliches tun, um mit diesen Betreibern in Kontakt zu kommen und sie für einen gemeinsamen Verband zu begeistern und uns alle auf ein breiteres Fundament stellen zu können.

MITGLIEDERBETREUUNG

Neben der Mitgliedergewinnung stellt für uns die Betreuung der vorhandenen Mitglieder einen zentralen Baustein dar. Die Corona-Pandemie hat uns allen vor Augen geführt, was an Unvorhergesehenem und Unabsehbarem passieren kann. Aber auch unabhängig davon wird es immer Themen geben, die die Branche oder auch nur Teile der Branche umtreiben. Wir möchten hier der zentrale Ansprechpartner für die Probleme unserer Mitglieder sein. Diese stellen auch die Basis für unsere

Veranstaltungen dar. Wir möchten die Themen mit unseren Mitgliedern bearbeiten, die sie interessieren und beschäftigen!

Hierzu haben wir uns innerhalb des Vorstandes besprochen, wer von uns für welche unserer Mitglieder der erste Ansprechpartner sein soll. Welches Vorstandsmitglied für welche Region zuständig ist, finden Sie auf Seite 4 dieser Ausgabe der VDH Inside.

SOCIAL MEDIA

Seit vielen Jahren wird durch unser langjähriges Mitglied Ines Bender (Kindergalaxie, Freiburg) erfolgreich unsere interne Facebookgruppe „VDH-Mitglieder helfen einander“ betreut. Vielen Dank dafür an dieser Stelle! Seit ein paar Monaten gibt es zusätzlich auf Facebook und auch auf Instagram eine offizielle Seite, welche durch den Vorstand betreut werden. Diese möchten wir gerne weiter ausbauen und für das Außenmarketing des

Verbandes nutzen. Ein erster Schritt ist natürlich, die Bekanntheit dieser Kanäle auszubauen, dann - so hoffen wir - können wir auch darüber wieder interessierte Mitstreiter für den Verband gewinnen. Die offiziellen Seiten werden von unseren Vorstandsmitgliedern Jeanine Schaar und Annette Kalkowski betreut. Bei Fragen, Wünschen oder Anregungen wenden Sie sich bitte gerne direkt an diese beiden.



” IN ALLEM
DAS GEWISSE
ETWAS “



□ INTERGAST NATIONAL

IHR NATIONALER FOODSERVICE-PARTNER

Überregional und national agierende Kunden und Einkaufsverbände finden mit **INTERGAST NATIONAL** ein flächendeckendes Netzwerk von Mitgliedsunternehmen als Servicepartner und Lieferant. Das Verantwortungsbewusstsein von mittelständischen Unternehmen garantiert dabei absolute Zuverlässigkeit.

Alle Mitglieder sind vor Ort, kennen ihre Regionen und die Bedürfnisse ihrer Kunden ganz genau. Die Bündelung der Kräfte und Kompetenzen aller Partner ist das Erfolgsrezept.

- NATIONAL & REGIONAL PERFEKT VEREINT
- FLEXIBILITÄT & REGIONALE KOMPETENZ MITTELSTÄNDISCHER UNTERNEHMEN
- NATIONAL EINHEITLICHE BELIEFERUNG & BETREUUNG
- PERSÖNLICHER ANSPRECHPARTNER
- VOLLSORTIMENT AUS FOOD & NON-FOOD
- HOCHWERTIGE EIGENMARKEN

www.intergast.de
info@intergast-national.de

STARKE PARTNER STARKE MARKEN STARKE LEISTUNG

INTERGAST ist der Verbund von mittelständischen Lebensmittel-Großhändlern aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und Luxemburg. Als Gastro-Großverbraucherservice versorgt dieser Kunden aus Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung an über 150 Standorten mit einem Vollsortiment.



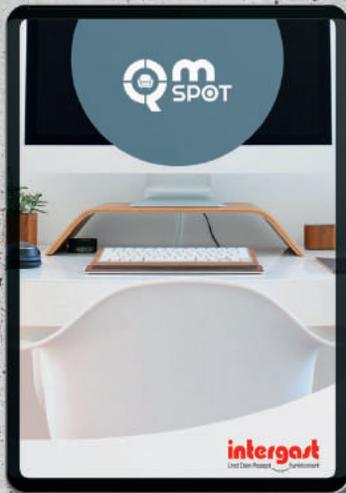
intergast
Und Dein Rezept  funktioniert

” MEHR ZEIT & MEHR UMSATZ DURCH DIGITALE NÄHE “



QMSpot

HACCP Qualitäts-/Hygiene-
management Software



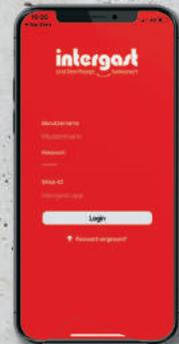
Webshop

Das Bestellsystem
für Ihren Einkauf



EasyOrder

Warenbestellungen
im Handumdrehen



INTERGAST
N-LINE
Dein Küchen-Management-System

SO GEHT MANAGEMENT HEUTE!

Mit unseren digitalen Lösungen schaffen Sie ein zukunftsfähiges Fundament für Qualität, Wirtschaftlichkeit und mehr Zeit für das Wichtigste überhaupt: den Geschmack & den Gast.



EINKAUFSMANAGEMENT



QUALITÄTSMANAGEMENT



SPEISENMANAGEMENT



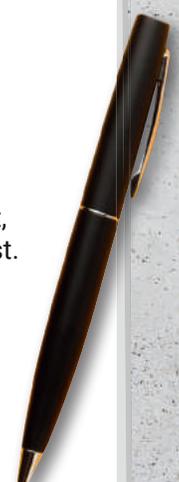
CONTROLLING



AUFTRAGSMANAGEMENT



SERVICE & DIENSTLEISTUNGEN



FOODTRENDS 2022

HAT CORONA DAS KONSUM- UND ESSVERHALTEN VERÄNDERT?

Die Antwort lautet: Vermutlich ja. Zumindest, wenn man der anerkannten Foodtrendforscherin Hanni Rützler Glauben schenken darf. In ihrem jüngst erschienenen Food Report 2022 sieht sie Werte wie Gesundheit, Hygiene und Sicherheit, Ethik und Fairness vermehrt in den Fokus der Konsumenten rücken. Sie sieht darin eine Chance - insbesondere für die Gastronomie - den bisherigen gastronomischen Kurs zu überdenken und gegebenenfalls zu ändern. So könne man sich den „neuen“ Ansprüchen an eine gesündere Ernährung, die gleichermaßen gut für die Umwelt ist, anpassen.



„NACHHALTIGES KONSUMIEREN“ IN DER FREIZEITBRANCHE MÖGLICH?

Laut Studie haben in der Corona Pandemie die Verbraucher unter anderem ein anderes Bewusstsein für die Vermeidung von Müll, das sogenannte „Zero Waste“, entwickelt. Diese „Nachhaltigen Konsument“ bevorzugen Unverpackt-Läden oder leben die Cradle to Cradle Philosophie. Dieser Ansatz der Nachhaltigkeit geht nicht von einer Reduzierung, sondern von der Wiederverwendung der eingesetzten Rohstoffe aus. Viele weitere ganzheitliche Konzepte bilden das „New Normal“ in Hinblick auf nachhaltiges Handeln.

Aber sind diese „neuen“ Konsument überhaupt die Zielgruppe von Indoorspielplätzen, Trampolinhallen & Co.? Lohnt es sich, über „Zero Waste“ in der Freizeitbranche Gedanken zu machen? Ist die eigentliche Zielgruppe der Freizeitbranche zu jung für derlei Ansätze?

Jeder Betreiber wird sich diese Fragen beantworten müssen, um auch in Zukunft mit seinem Gastronomiekonzept am Puls der Zeit zu sein. Dabei gilt es, ethisch und betriebswirtschaftlich abzuwägen, welcher Kurs für ihn in Frage kommt.

LOCAL EXOTICS

Ein weiterer Trend beschreibt das Schätzen von Regionalität. Laut Studie geht „Local Exotics“ jedoch noch einen Schritt weiter. Die Pandemie habe dazu geführt, dass die Sehnsucht nach kulinarischen Entdeckungen und exotischen Speisen zugenommen hat – allerdings hierzulande angebaut. Zu den kulinarischen Ansprüchen gehöre die Wiederentdeckung von alten, fast vergessenen Gemüsesorten. Die Vorstellung, dass derartiges Food Pommes, Burger & Co. ablösen soll, wird den Betreibern von Freizeitanlagen schwerfallen. Ihre Vorstellung von Nachhaltigkeit liegt im „nachhaltigen“ Freizeitpaß im Sinne von: Die Besucher sollen so schnell und so oft wie möglich wiederkommen. Ist das zu kurzfristig gedacht? Wie kann die Branche angesagte Foodtrends aufgreifen, für sich nutzen und zeigen, dass sie das Umdenken verstanden hat? Für den Anfang reicht vielleicht eine Ergänzung der Speisekarte um regionale Produkte (Gemüsesticks vom örtlichen Bauern, Currywurst von der Hausschlachtere um die Ecke). Wer weiß, was auf den Speisekarten in 20 Jahren stehen wird...





SIND SIE NOCH EIN „ALLESFRESSER“ ODER SCHON EIN „REAL OMNIVORES“?

Nicht erst seit Hanni Rützlers Food Report 2022 wissen wir, dass sich unsere Essgewohnheiten im Laufe der Jahre geändert haben. Denkt man an die rasante Zunahme von Fleischersatzprodukten in den Regalen der Supermärkte, wird klar, dass sich in absehbarer Zeit auf diesem Gebiet sicherlich noch mehr verändern wird.

Während die Omnivores (= Allesfresser) an ihren alten (Fleisch)essgewohnheiten festhalten, essen die „Real Omnivores“ wirklich alles – auch Innereien, In-Vitro-Fleisch oder Lebensmittel aus Zellkulturen. Sie sind offen für neue Food-Technologien, um klimaschädigenden Verzehr von Fleisch zu reduzieren. Den „Real Omnivores“ geht es nicht ums Weglassen, sondern sie sind aufgeschlossen gegenüber neuen, unüblichen Lebensmitteln. Inzwischen nicht mehr unüblich ist das Angebot an vegetarischen Speisen – und

auch veganen – auf den Snackkarten der Spielhallenbetreiber – eine Reaktion auf den oben beschriebenen Trend.

Wann erfolgt die Reaktion auf diesen nun neuen Trend „Real Omnivores“? Sicherlich noch nicht in 2022. Aber es schadet nicht, heute schon eine Haltung zu zeigen, die in ein paar Jahren wahrscheinlich selbstverständlich sein wird. Und Corona bietet die Chance für eine Neuausrichtung, auch im gastronomischen Bereich.

HANNI RÜTZLERS FOOD REPORT

Seit 25 Jahren analysiert Hanni Rützler die Entwicklung der Lebensmittel- und Gastronomiebranche. Der Food Report 2022 wird vom Think-Tank Zukunftsinstitut in Kooperation mit den Fachmedien Lebensmittel Zeitung, gv-praxis und foodservice der dfv Mediengruppe.

HIT IT! FOR KIDS



HiT iT! for kids ist die perfekte Erweiterung für Ihren bestehenden Indoor-Spielplatz. Die einzelnen Screens mit RFID Scannern können schnell und einfach in jede Struktur integriert werden. Durch RFID Armbänder können die Kinder die Ziele scannen und beispielweise ein Memory-Spiel in der gesamten Anlage selbst erleben. Mit HiT iT! for kids schaffen Sie nicht nur zusätzliche Einnahmen, Sie verwandeln Ihren IndoorSpielplatz gleichzeitig mit nur wenig Aufwand in eine interaktive Spielewelt. Wir beraten Sie gerne zu den individuellen Einsatzmöglichkeiten in Ihrem Park. Rufen Sie uns einfach an: +49 511 400 671 37.



Capri-Sun & bubbles

Prickelnd,
fruchtig,
lecker!



**VEGAN &
MIT VITAMIN C**



QUALITÄT MADE IN GERMANY!



SPIEL-BAU GmbH

Alte Weinberge 21 • D-14776 Brandenburg
www.spiel-bau.de • Tel: + 49(0)3381-26 14 0

1 Area Management

Unser ausgefeiltes Area Management gehört zu den besten am Markt. Damit kannst du Besucherströme perfekt steuern und kontrollieren und dir in Echtzeit anzeigen lassen, wer und wie viele Besucher gerade wo sind. Von der einfachen und kostengünstigsten Kontrolle via Smartphone App bis hin zu leistungsstarken Multifunktionssäulen mit Drehsperren für die Area-spezifische Einlasskontrolle ist alles möglich. Der autorisierte Zugang ist über Auslesen von QR-Codes, RFID Chips oder biometrische Verfahren möglich.

2 Ticket-Vielfalt

Die mobile coremanager®-App verwandelt Smartphones in flexible Ticketscanner und ist die kostengünstigste Lösung für Zutritts- und Einlasskontrollen ohne besondere Hardware oder Infrastruktur. Die Kundenverwaltung stellt alle Buchungen, Kundendaten und Teilnehmer dar. Eine komplette Übersicht aller Produkte, Preise und Gutscheinkäufe erleichtert dir dein Alltagsgeschäft. Verwalte ganz einfach Ort und Termine deiner Angebote und Kapazitäten und sieh jederzeit, wie deine Kurse, Anlagen, Hallen, Touren und vieles mehr gebucht sind.

3 Online-Buchung

Der integrierte Buchungskalender verwaltet deine Anfragen, Buchungen und Reservierungen, sodass alle Angestellten immer auf einem Stand sind und dir und deinen Mitarbeitern Sicherheit und Überblick verschafft wird. Du kannst Buchungsmöglichkeiten über alle Kanäle anbieten und verpasst so keinen Kunden mehr. Der Online-Ticket-Shop und Buchungskalender können einfach mit einer bestehenden Webseite verlinkt werden.

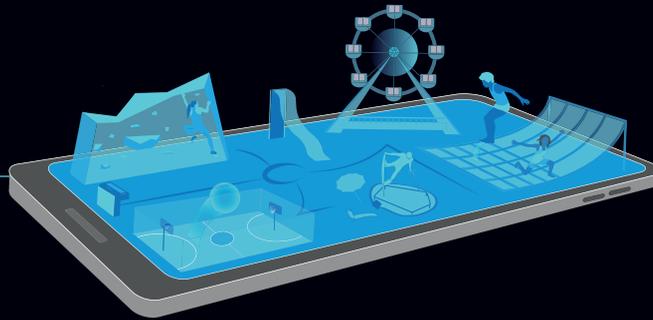
4 Verwaltung + Analyse

Mit der Ticket Vielfalt unseres Online-Ticket-Shops kannst du flexibel konfigurieren: ob Stunden-, Tages-, oder Jahreskarten, Tickets mit vorher festgelegten Zeitslots, Events und Gruppenbuchungen oder mit Altersbeschränkung – ganz wie du es brauchst. Mit der Online-Bezahlung via PayPal, Sofort-Überweisung, Kreditkarte, iDeal, Amazon Pay, Kundenguthaben usw. erfolgt das Versenden von Tickets und Gutscheinen automatisch. Kunden können sich direkt auf verfügbare Slots einbuchen und Buchungskonflikte entstehen erst gar nicht.

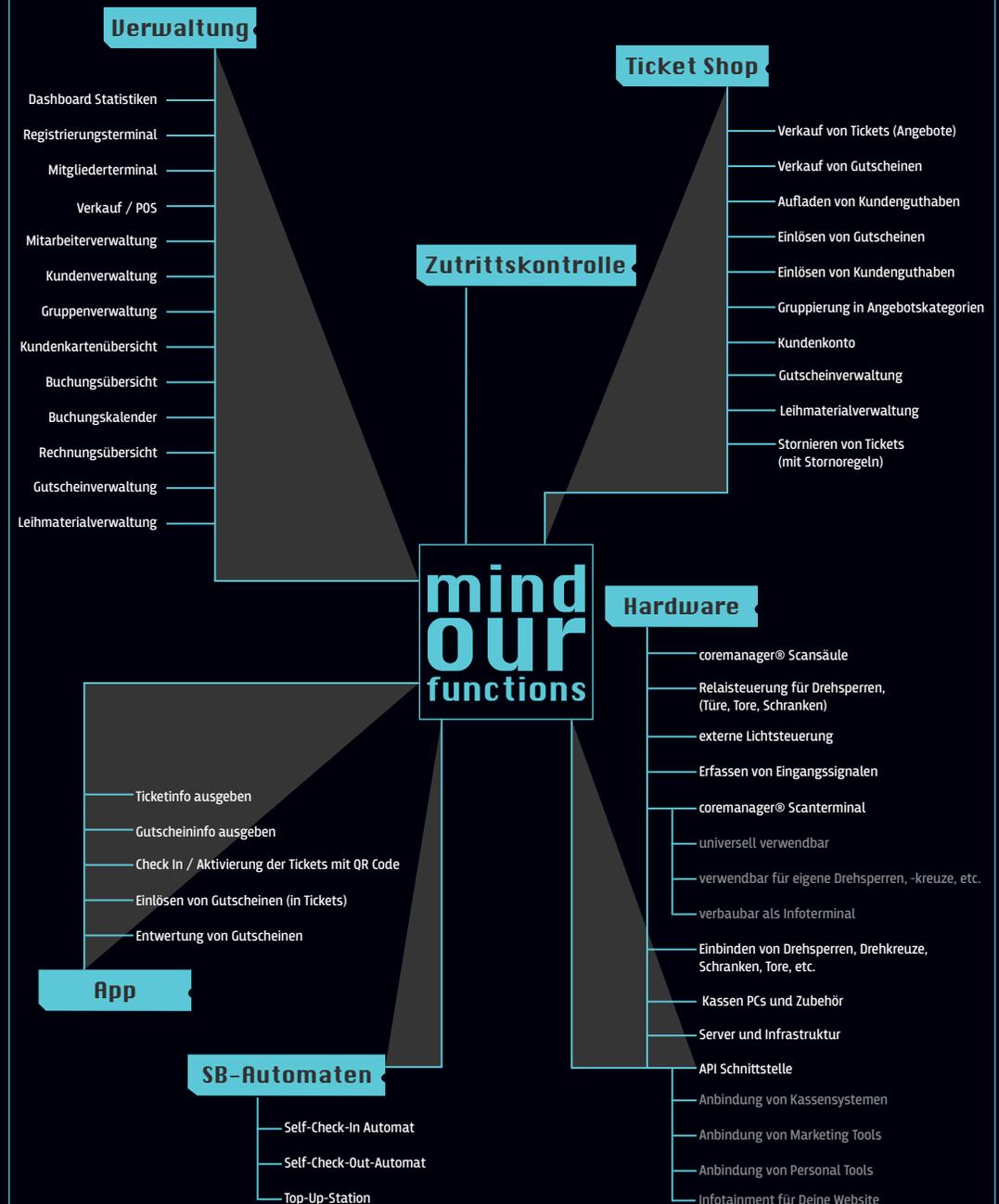
planen · buchen · managen

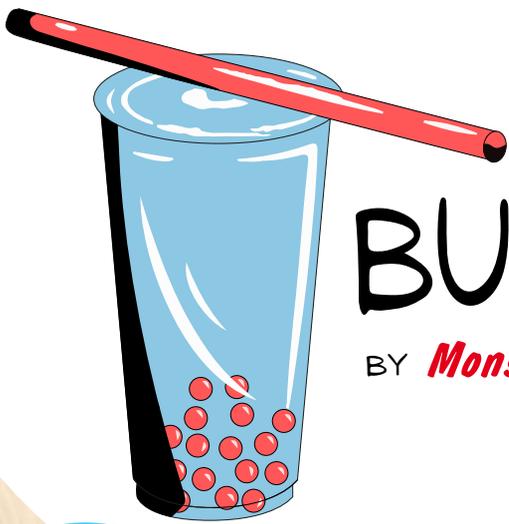
Zutrittskontrollen via Drehsperren, Gutscheinhändlung, Ticketmanagement mit allen erdenklichen Ticket-Arten, bargeldlose Zahlung, Kunden- und Buchhaltungsmanagement, Gastkassenanbindung uvm. – das alles ist der coremanager® heute. coremanager® wird auch als effektives Tool für Zutritts- und

Einlasskontrollen auf Events jeder Art eingesetzt – wie z.B. Wake The Line, BMW Events im Roncalli oder die MiXX Messe im DockOne. Mit Hilfe einer Mobilen App werden Smartphones in flexible Ticket-Scanner verwandelt. Eine kostengünstige und perfekte Lösung für Events an wechselnden Orten.



coremanager® Komponenten





BUBBLES

BY **MonsterSlush™**.com



- HERGESTELLT IN DEUTSCHLAND
- MIT ORIGINAL **MonsterSlush™** -SIRUP GEFÜLLT
- VEGAN
- GLUTENFREI
- UPGRADE YOUR SLUSH OR BUBBLETEA WITH BUBBLES BY **MonsterSlush™**

UNSERE SORTEN

- BLAUE HIMBEERE
- ORANGE
- FLAMINGO



MonsterSlush™
.com



FÖRDERMÖGLICHKEITEN

GRUNDREGELN FÜR DIE BEANTRAGUNG VON FÖRDERMITTELN

Viele Projekte in Deutschland kommen nur mit Fördergeldern zustande. Um sich mit dem Thema Fördergelder zu beschäftigen, gilt es einige Grundregeln zu beachten:

- **Vorbereitungen anstellen.** Eine konkrete Konzeptentwicklung ist vor Antragstellung notwendig. Fragen, welches Ziel verfolgt wird, welcher Erfolg erwartet wird und woran dieser messbar ist, sind im Vorhinein hilfreich.
- **Den Förderer ernst nehmen** und klar verdeutlichen, warum die Fördergelder bei einer bestimmten Institution beantragt werden.
- **Formalien im Förderantrag dringend beachten**, damit die Chance zum Erhalt der Fördergelder nicht daran scheitert.
- **Mehraufwand bedenken.** Das Förderprojekt als Besonderheit intern kommunizieren, um die Aufmerksamkeit zu erhöhen.
Kleiner Hinweis: Das Fördergeld für ein bestimmtes Projekt sollte in der Buchhaltung separat betrachtet werden. Fördergelder können auch wieder zurückgefordert werden.
- **Termine beachten.** Wenn vor offiziellem Beginn der Förderung Kosten anfallen, können diese möglicherweise nicht angerechnet werden.

Tipp: Aktuell ist das neue Förderprogramm mit dem Namen „Förderung unternehmerischen Know-hows“ des Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle inte-

ressant. Hier kann eine Unternehmensberatung auch im Gaststättenbereich gefördert werden. Die „Förderung unternehmerischen Know-hows“ richtet sich an:

- Junge Unternehmen, die nicht länger als zwei Jahre am Markt sind (Jungunternehmen)
- Unternehmen ab dem dritten Jahr nach der Gründung (Bestandsunternehmern)
- Unternehmen, die sich in wirtschaftlichen Schwierigkeiten befinden – unabhängig vom Unternehmensalter (Unternehmen in Schwierigkeiten)

Informationen und Hilfestellungen zum Thema Förderungen erhalten Sie in Förderverzeichnissen:

Förderdatenbank der Bundesregierung über Programm von EU, Bund und Ländern -> www.foerderdatenbank.de

Förderdatenbank des Bundes – Forschung und Innovation -> www.foerderinfo.bund.de

Europäischer Sozialfonds ESF -> www.esf.de

Förderlotse Fördermittelführer -> www.fmf-online.de

Auch spezielle Fördermittelberater helfen gerne persönlich weiter:

Daniel Gust GUST Consulting, Inh. Daniel Gust
www.gust-consulting.de

Boris Bünning (Go Digital) vitamin B² –
Konzept- und Werbeagentur
www.vitamin-b2.com



kikea.

STARTKLAR ZUM ENTERN NEUER KINDERWELTEN?

HRE WERBEAGENTUR FÜR ISP UND FEC

+ CORPORATE DESIGN +
+ MARKETING BETREUUNG +
+ INTERNET +
+ FILM- UND FOTOPRODUKTION +

... ALLES AUS EINER HAND

RESTEVERWERTUNG

RESTE SIND CHANCEN, KEIN ABFALL

Zurzeit wird viel darüber diskutiert, wieviel Lebensmittel in den Müll gelangen und was man dagegen tun kann. In den Privathaushalten ist der Anteil an Lebensmitteln, die weggeworfen werden, etwa drei Mal so hoch wie in der Gastronomie. Der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA erklärt dies mit hohem Verantwortungsbewusstsein und betriebswirtschaftlichem Denken. Dennoch lässt es sich nicht vermeiden, dass nicht verzehrte Lebensmittel auf dem Müll landen. Um diesem entgegenzuwirken, hat das Umweltbundesamt einen Leitfaden zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen herausgebracht. Dabei ist eine Möglichkeit, die übriggebliebenen Speisen weiterzugeben, zum Beispiel an Die Tafel e. V. Auch Landwirte aus der Region nehmen Speiseabfälle, um sie an ihr Vieh zu verfüttern. Alternativ können sie auch in Biogasanlagen zur Herstellung von Dünger oder Energiegewinnung eingesetzt werden.



So läuft es für alle Seiten optimal: Die Weiterreichung von übriggebliebenen Lebensmitteln sind ein wichtiger Beitrag zum richtigen Umgang mit Nahrungsmitteln und zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen.

Für die Weitergabe von Lebensmitteln, die für den Verzehr vorgesehen sind, müssen grundlegende Regeln beachtet werden:

- Verpackungsmaterial und Transportbehälter müssen lebensmittelecht und hygienisch sein
- Eindeutige Beschriftung: Inhalt, Haltbarkeit, Lagerbedingungen, Kühltemperaturen, Allergene
- Abgabe gegen Unterschrift auf entsprechendem Formular zum Haftungsausschluss

Was weitergegeben werden darf:

- Unverarbeitete Lebensmittel und Rohwaren mit MHD
- Tiefkühl- und kühlpflichtige Lebensmittel (Kühlkette muss eingehalten werden)
- Produkte wie Backwaren, Kaffeepulver, Tee, Öle, Gewürze nur original verpackt bzw. mit gültigem MHD

Was in der Regel nicht angenommen wird:

- Geöffnete Lebensmittel mit Verbrauchsdatum
- Ungekühlte Waren, deren Haltbarkeit dadurch beeinträchtigt wurde
- Tierische Rohprodukte wie Fisch, Hackfleisch...
- Verschnitt von Lebensmitteln
- Lebensmittel, die zur Dekoration verwendet wurden
- Speisen, die bereits ausgegeben wurden bzw. mit Gästen in Kontakt kamen

DIE RICHTIGE ENTSORGUNG VON MÜLL

Müllentsorgung kostet Geld. Folglich ist der günstigste Müll der, der erst gar nicht anfällt. Ansonsten gilt: Die richtige Mülltrennung ist neben der Müllvermeidung der beste Weg, die Kosten so gering wie möglich zu halten. Wer Abfälle konsequent trennt, reduziert den Restmüll und damit die Kosten. Außerdem werden die gesetzlichen Vorgaben erfüllt.

Die 5 Abfallarten in der Gastronomie:

- Speisereste
- Speiseöle
- Papier und Pappe
- Glas
- Restabfälle

Die örtlichen Müllentsorgungsbetriebe geben in der Regel wertvolle Tipps für ein kostensparendes Abfallmanagement.

ticketbro

Die mobile Buchungsplattform für
Indoor-Freizeitparks.



ALLES IN EINER APP.

Mit dem App-basierten Buchungssystem übernehmen Sie die volle Kontrolle über Ihre digitalen Aktivitäten und Buchungen. Neben der Unabhängigkeit von externen Partnern oder Dienstleistern, profitieren ticketbro Kunden von einem intuitiven Design, unzähligen Ticketvariationen und den wichtigsten Kennzahlen direkt in der App. Steuern Sie Ihr Business aufgrund echter, valider Zahlen. Wann immer und wo immer Sie sich gerade befinden.

ENTWICKELT FÜR INDOOR SPIELPARKS.

In Zusammenarbeit mit 10 ausgewählten Indoor-Spielplätzen wurde das Buchungssystem speziell für Indoor-Parks entwickelt. Selbstverständlich wurden Herausforderungen wie Geburtstagsbuchungen, Einlasskontrollen oder Gruppenbuchungen in der Umsetzung berücksichtigt. Des Weiteren können Sie mit nur wenigen Klicks Zusatzprodukte wie Animationen, Socken oder Menüs online anbieten und damit Ihren Umsatz noch vor dem Besuch maximieren.

Und das Beste zum Schluss: ticketbro hat keine Vertragslaufzeit oder fixe Kosten. Sie können also das Buchungssystem für Indoor-Spielparks unverbindlich und kostenlos testen.



**Sie möchten mehr über
ticketbro erfahren?**

✉ hello@ticketbro.io

📍 Ickstattstraße 26 - 80469 München

🌐 www.ticketbro.io



FÖRDERMITGLIEDER

**ACCU-PROFI SOLUTION****GMBH & CO. KG**Web: accu-profi.deMail: beratung@accu-profi.de**AGENTUR FÜR SYSTEMLÖSUNGEN**Web: medeco-cleantec.comMail: greencleaning-und-mehr@web.de**ATOXI SPORT GMBH**Web: hcc-rostock.deMail: info@hcc-rostock.de**AUTOMATEN EINKOMMEN****BERND NOBIS**Web: automaten-einkommen.deMail: info@automaten-einkommen.de**BLANC HYGIENIC SOLUTIONS GMBH**Web: blanc-hygienic.deMail: info@blanc-hygienic.de**CONTIGO WERBEAGENTUR****GMBH & CO. KG**Web: indoortainment.deMail: info@contigo.ag**COREMANAGER®****BY CORETRESS GMBH**Web: coremanager.ioMail: contact@coremanager.io**CREATIVE AMUSEMENT****FACTORY GMBH**Web: amusement-factory.deMail: christoph.wunderlich@amusement-factory.de**CROSS MARKETING CONSULTING**Web: cmc-gruen.deMail: walter.gruen@cmc-gruen.de**CTM MANAGEMENT GMBH**Web: abenteuerland.agMail: info@abenteuerland.ag**DIRK BREUER**Web: www.sichere-spielplaetze.comMail: info@sichere-spielplaetze.com**EDEKA FOODSERVICE****STIFTUNG & CO. KG**Web: edeka-foodservice.deMail: michael.bansemer@edeka-foodservice.de

**ELI PLAY GMBH**Web: eliplay.deMail: info@eliplay.de**FREUNDE DER ERFRISCHUNG GMBH**Web: unverfroren.deMail: info@unverfroren.de**FRONERI SCHÖLLER GMBH**Web: schoeller-direct.deMail: kontakt@schoeller-direct.de**FROZEN DESSERT ICE'N'GO GMBH**Web: icengo.euMail: office@icengo.eu**FUN & POWER GBR**Web: fun-power.deMail: info@fun-power.de**GUM & FUN GMBH**Web: gum-and-fun.deMail: info@gum-and-fun.de**HÄHNEL ASSEKURANZMAKLER
GMBH & CO. KG**Web: haehnel-am.deMail: info@haehnel-am.de**I.C.E. MARKETING GMBH**Web: eishalle-rostock.deMail: info@eishalle-rostock.de**INTERGAST NATIONAL****Vertriebs- und Dienstleistungs GmbH**Web: intergast.deMail: vertrieb-national@intergast.de**IP WATCH GMBH**Web: ipwatch.deMail: info@ipwatch.de**JO! CONSULT KG
FINANZBERATUNG**Web: jo-consult.onlineMail: jochen.herrmann@jo-consult.online**KLOSTERQUELL HOFER GMBH**Web: jdrehundtrink.comMail: office@klosterquell.com

FÖRDERMITGLIEDER



LAMB WESTON

Web: lambweston.com

Mail: daniellandwehr@lambweston-nl.com



LASERLIGHT SHOWDESIGN BERLIN

Web: laserlight.de

Mail: 2015@laserlight.de



MAMITO GMBH

Web: mamito.de

Mail: gw@mamito.de



MINI MELTS GMBH

Web: minimeltseis.de

Mail: office@minimeltseis.de



MONSTERSLUSH HUBERTUS DIDAM E. K.

Web: slush.de

Mail: info@slush.de



PAYONE GMBH

Web: payone.com

Mail: thomas.mekelburg@payone.com



PCO GROUP GMBH

Web: pco-group.com

Mail: andreas.kumeth@pco-group.com



PLAYLIFE SYSTEM GMBH

Web: playlife-system.com

Mail: info@playlife-system.com



RESCH + FRISCH GASTRO GMBH

Web: resch-frisch.de

Mail: gastro@resch-frisch.de



SALOMON FOODWORLD GMBH

Web: salomon-foodworld.com

Mail: info@salomon-mail.de



SISYFOX GMBH

Web: www.sisyfox.com

Mail: engel@sisyfox.com



SPREE INTERACTIVE

Web: jointhespree.com

Mail: info@jointhespree.com


TICKETBRO GMBH

Web: ticketbro.io

Mail: hello@ticketbro.io

**UNILEVER DEUTSCHLAND GMBH**

Web: langnese-business.de

Mail: gregor.mogalle@unilever.com

**VITAMIN B² | KIKEA****KONZEPT- UND WERBEAGENTUR**

Web: kikea.de

Mail: bb@vitamin-b2.com

**WATTLINE GMBH**

Web: wattline.de

Mail: energiekosten@wattline.de

Änderungswünsche sowie Fehlerkorrekturen bitte an die Geschäftsstelle richten!

ANMERKUNGEN DER REDAKTION:

Alle redaktionellen Beiträge sind nach bestem Wissen zusammengestellt. Haftung und Gewähr für deren Inhalt kann jedoch nicht übernommen werden. Die Artikel sind Anregungen zu einzelnen Themen, sie ersetzen keine persönliche Beratung bei Spezialisten zu den jeweiligen Themen.

AUFLAGE / ANZEIGENPREISE (STAND 10/2021):

VDH Inside erscheint zum Branchentreffen des VDH **im Herbst / 200 Stück:**

1/1 Seite für Fördermitglieder: kostenfrei

1/1 Seite für Nicht-Mitglieder und Aussteller „INTOBIA® – Die Branchenmesse“: 160 €

1/1 Seite für Nicht-Mitglieder und Nicht-Aussteller: 260 €

VDH Kompakt erscheint zum Netzwerktreffen des VDH **im Frühjahr / 150 Stück:**

keine Anzeigen

SAVE THE DATE

**36. VDH-NETZWERKTREFFEN UND
ORDENTLICHE MITGLIEDERVERSAMMLUNG 2022
09. + 10.05.2022 AM BOSTALSEE (SAARLAND)**

TERMINE

09. - 10. MAI 2022

**36. VDH-NETZWERKTREFFEN UND
ORDENTLICHE MITGLIEDERVERSAMMLUNG**
am Bostalsee (Saarland)

07. NOVEMBER 2022

„INTOBIA® - DIE BRANCHENMESSE“



07. - 08. NOVEMBER 2022

37. VDH-BRANCHENTREFFEN

MESSEN

20. - 24. NOVEMBER 2021

IGEHO

in Basel

02. - 06. FEBRUAR 2022

SPIELWARENMESSE NÜRNBERG

05. - 09. FEBRUAR 2022

INTERGASTRA

in Stuttgart

17. - 22. MÄRZ 2022

INTERNORGA

in Hamburg

21. - 22. MÄRZ 2022

GASTRO TEK

in Kalkar

IMPRESSUM

Herausgeber:

VDH - Verband der Hallen- und Indoorspielplätze e.V.

Roelckestraße 105 | 13088 Berlin

Telefon +49 (0)30 - 923 78 750

info@myvdh.de | www.myvdh.de



Gestalterische Umsetzung:

vitamin B² | Konzept- und Werbeagentur

Flutstraße 1 | 21682 Stade

Telefon +49 (0)4141 - 670 709 | media@vitamin-b2.com

www.vitamin-b2.com

