



Geschäftsbericht 2021



VDFU

Verband Deutscher Freizeitparks
und Freizeitunternehmen e.V.

2	Vorwort des Präsidenten
4	Vorstand und Geschäftsstelle
4	Mitglieder des Vorstands
5	Der VDFU in Berlin – Geschäftsstelle
6	Tapetenwechsel – Umzug der Geschäftsstelle
8	Aus dem Vorstand
9	Im Fokus: Manuela Stone
14	Verbände der Tourismuswirtschaft
16	Der Deutsche Tourismusverband (DTV)
22	Die International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA)
28	Weitere Verbände
38	Verbandsarbeit
39	Corona-Pandemie
45	Weitere Verbandsaktivitäten
48	LIFT WISSEN
53	Reisesicherungsfonds
56	Neues Mitgliederportal
58	Fokusthema Politik
59	Politische Positionen des VDFU
63	Der Ausschuss für Tourismus
72	VDFU-Events
72	Digitale Mitgliederversammlung 2021
74	Sommertreffen 2021
79	Danksagungen
80	Branchenreport
80	Parkreport 2021/22
92	Mitgliederentwicklung
92	100 Einrichtungen im VDFU
93	Neu dabei!
103	Willkommen bei den Freizeitprofis!
107	Mitglieder des VDFU e.V.
114	Impressum

Prozesse des Umdenkens



Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Mitglieder,

noch immer ist die Corona-Pandemie allgegenwärtig und mittlerweile fällt es schwer in Anbetracht der Zahl der Infektionswellen, den Überblick zu behalten. Bei aller berechtigten Kritik an uneinheitlichen und nicht immer nachvollziehbaren Maßnahmen sollten wir uns bewusst machen, dass es auch für politische Entscheidungsträger eine ausgesprochen schwierige und zugleich undankbare Aufgabe ist, den Konsens zwischen wirtschaftlichen, medizinischen, gesellschaftlichen und individuellen Interessen zu finden.

Denn bei allen Rufen nach Eigenverantwortung oder individueller Freiheit ist es Aufgabe der Politik, dem Allgemeinwohl dienlich zu sein. Auch das Recht auf Leben und körperliche Unversehrtheit sichert uns das Grundgesetz zu. Wie wichtig solch eine Grundordnung

ist und wie privilegiert so manche der uns umtreibenden Sorgen sind, zeigt sich mit aller Furchtbarkeit derzeit in der Ukraine. Das Leid, dass der Angriffskrieg verursacht, der das Leben vieler Menschen von einem Moment auf den anderen zerstört, ist kaum in Worte zu fassen..

Mit Demut, aber dennoch der nötigen Ernsthaftigkeit blicken wir daher auf die großen Unsicherheiten und Herausforderungen, die dieser Konflikt für uns bedeutet. Die hohen Energiepreise werden voraussichtlich nur eine der Konsequenzen sein, die auf unsere Branche zukommen. Wir werden Wege finden, damit umzugehen. Bereits in der Pandemie haben wir viel dazu gelernt.

Wir haben bewiesen, mit einem eingeschränkten internationalen Reiseverkehr umgehen zu können. Der Inlandstourismus wurde neuentdeckt. Reiselust und Freizeitbedarf sind enorm. Unsere Gäste haben ein neues Bewusstsein für Regionalität entwickelt. Der soziale Stellenwert der Freizeiterlebnisse, die wir bieten, ist erkannt worden. Er wird wertgeschätzt. Grundsätzlich erfährt der Tourismus, der allein zehn Prozent des Bruttoinlandsprodukts der EU direkt und indirekt erwirtschaftet, eine höhere politische Wahrnehmung und Anerkennung. Tourismus verbindet Menschen und Kulturen. Wie wichtig das tatsächlich ist, könne meine einleitenden Worte nur andeuten.

Unsere Prozesse haben sich verschlankt, wir haben an Effizienz gewonnen. Reaktionen sind flexibler und schneller möglich. Wir haben mehr Kontrolle über Auslastung und Besuchersteuerung. Manch einer fand unfreiwillig gar heraus, mit wie wenig Beschäftigten man eine Freizeiteinrichtung betreiben kann – auch wenn man auf diese Erfahrung gerne verzichtet hätte.

»Digitalisierung ist gleichbedeutend mit der Nähe zu unserer Zielgruppe.«

Auch der große Investitionsstau scheint auszubleiben. Die Digitalisierung hat nun selbst dort Einzug erhalten, wo man sich ihr lange verwehrt hat. Mitunter notgedrungen. Doch das „Schreckgespenst“ wurde entgeistert

– die Vorteile sind offenkundig. Durch digitale Elemente verlieren wir nicht unsere Identität, sondern wir erhalten die Nähe zu unserer Zielgruppe. Denn diese hat sich verändert. Eltern junger Familien sind, wie man so schön sagt, „digital Natives“. Sie sind die Einheimischen in der digitalisierten Welt, die uns manchmal noch fremd erscheint. Sie machen die Regeln. Wer sich dem verwehrt, der entfremdet sich.

Gemeint ist explizit nicht die analoge Gestaltung eines Freizeiterlebnisses. Nach wie vor lebt unsere Branche von der Begegnung. Das wird so bleiben. Das ist unersetzlich, wenn es sich auch an vielen Stellen verändern wird. Im Hinblick auf Information, Werbung, Empfehlung, Buchung oder Kundenbindung hat es das längst getan. Wir kommen Bedürfnissen nach, indem wir uns anpassen und modernisieren. Digitalisierung ist gleichbedeutend mit der Nähe zu unserer Zielgruppe.

»Die umtreibende Sorge in den kommenden Jahren wird nicht sein, ob wir unsere Tore öffnen dürfen. Sie wird sein, ob jemand da ist, um aufzusperren.«

Die Spielregeln haben sich auch an anderen Stellen verändert. Das erleben wir nicht nur bei unseren Gästen, sondern in teils dramatischer Form im Hinblick auf die Beschäftigten. So erfahren wir, was es heißt, auf einem bewerberzentrierten Arbeitsmarkt zu agieren. Die Prognosen sind eindeutig. Laut Institut der deutschen Wirtschaft werden allein 2022 über 300.000 Personen mehr aus dem Arbeitsmarkt ausscheiden als eintreten. Schon 2030 könnten fünf Millionen (!) Fachkräfte fehlen. Der Arbeitskräftemangel wird zur zentralen Herausforderung für die Freizeitwirtschaft. Die umtreibende Sorge in den kommenden Jahren wird nicht sein, ob wir unsere Tore aus öffnen dürfen. Sie wird sein, ob jemand da ist, um aufzusperren.

So sehr die Corona-Pandemie die Verbandsarbeit in der ersten Jahreshälfte geprägt hat, so klar ist also zu erkennen, wo künftige Schwerpunkte liegen. Im Rah-

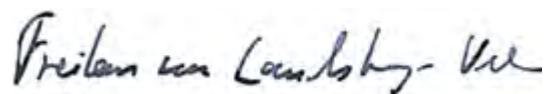
men der Fördermaßnahme „LIFT WISSEN“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz, bei der sich ein Projekt des VDFU gegen zahlreiche andere Bewerbungen durchsetzte, wurden bereits erste umfangreiche Untersuchungen zum Thema eingeleitet. Eines ist gewiss: Bei geringer Arbeitslosenquote und verbesserten Wahlmöglichkeiten der Beschäftigten geraten Geschäftsmodelle, die für Mitarbeitende keine attraktiven Konditionen bieten, unter Druck.

Wir werden an vielen Stellen alte Wege verlassen müssen. Es werden Prozesse des Umdenkens erforderlich. Wer glaubt, er könne den Herausforderungen, die uns bereits umtreiben und denen, die uns noch bevorstehen, allein begegnen, dem sei im Einzelfall nicht widersprochen. Aber es sei ihm oder ihr viel Glück gewünscht. Es wird nötig sein. Nur gemeinsam werden wir mehr für alle erreichen!

Die Freizeit- und Tourismuswirtschaft befindet sich hier in einer Schicksalsgemeinschaft und es ist kein Zufall, dass sich auch der Dialog zwischen den Verbänden intensiviert. Mit dem Deutschen Tourismusverband e. V. (DTV) verbindet uns nun neben einer kollegialen Zusammenarbeit zusätzlich eine räumliche Nähe. Im neuen Aktionsbündnis Tourismusvielfalt (ATV) kommen wir mit verschiedenen touristischen Akteuren als Netzwerk zusammen, um politische Forderungen geschlossen zu vertreten und Weichen für die Zukunft zu stellen.

Wir freuen uns, Einblicke in diese Kooperationen, Marktentwicklungen sowie natürlich zahlreiche Aktivitäten des VDFU im diesjährigen Geschäftsbericht zu geben.

Abschließend möchte ich meinen Vorstandskolleginnen und -kollegen für die angenehme und ertragreiche Zusammenarbeit danken. Meinen Dank und meine hohe Wertschätzung richte ich zudem an die Geschäftsführung und die Geschäftsstelle, die im kleinen Team unter hohem Einsatz hervorragende Arbeitsergebnisse erzielten.



Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen
Präsident

Vorstand und Geschäftsführung

Mitglieder des Vorstands



**Friedhelm Freiherr von
Landsberg-Velen**
Ferienzentrum Schloss Dankern

Präsident



Oscar Bruch jr.
Oscar Bruch jr. e.K.

Beisitzer



Markus Hark
Unilever Deutschland GmbH

Vizepräsident



Christine Zwermann-Meyer
Freizeitpark Lochmühle

Beisitzerin



Michael Kreft von Byern
Europa-Park

Vizepräsident



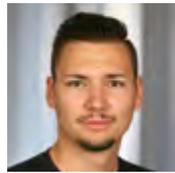
Silke Holzner
Bayern-Park

Beisitzerin



Benedikt Graf von Bentzel
Erlebnispark Schloss Thurn

Schatzmeister



André Hudelmaier
Schwaben Park

Beisitzer



Manuel Stone
LEGOLAND Deutschland Resort

Beisitzerin



Maik Christian Schmidt
Merlin Entertainments Group

Beisitzer



Die VDFU-Geschäftsstelle in Berlin



Jürgen Gevers

Geschäftsführer



Liana Palmer

Assistentin der Geschäftsführung

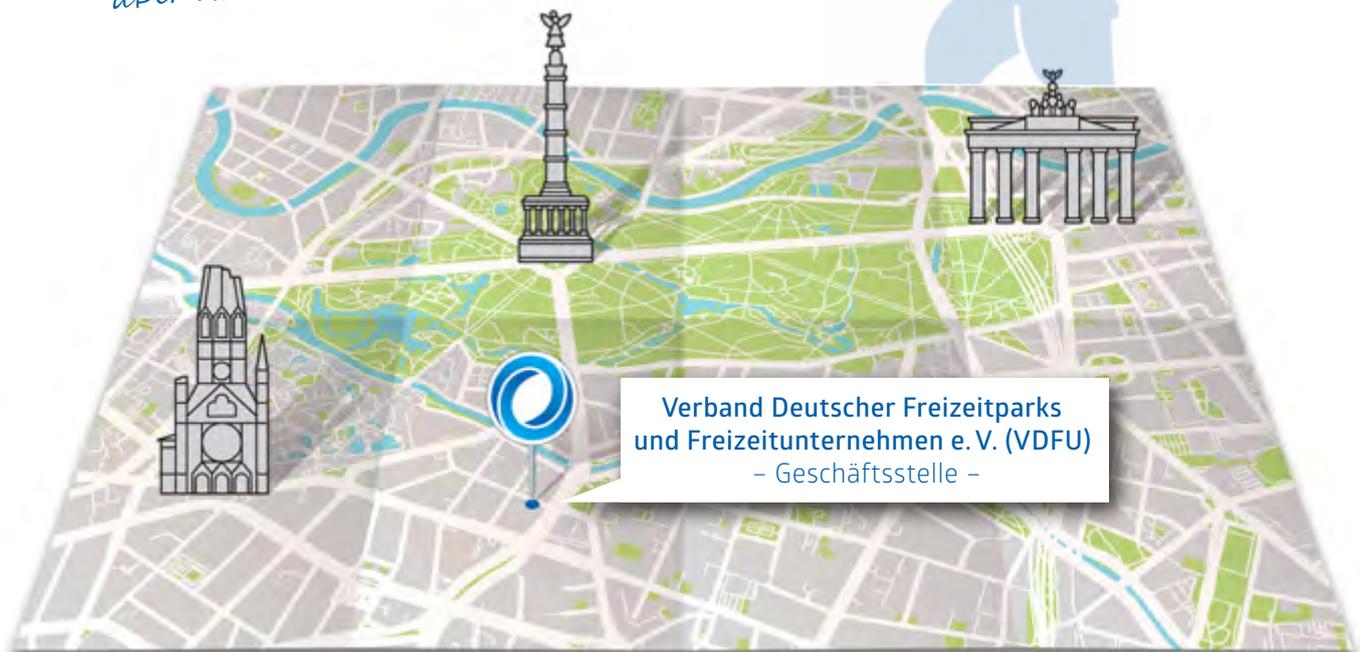


Janek Schwedek

Kommunikation &
Verbandsentwicklung

*Sie finden uns
im Herzen von Berlin:*

*Schauen Sie doch mal auf eine Tasse Kaffee vorbei!
Die Geschäftsstelle erreichen Sie fußläufig von den
Bahnhöfen Wittenbergplatz und Zoologischer Garten
oder mit den Buslinien 100, 106, 187, M29
über die Haltestelle Lützowplatz.*



**Verband Deutscher Freizeitparks
und Freizeitunternehmen e. V. (VDFU)**
– Geschäftsstelle –

VDFU Verband Deutscher Freizeitparks und Freizeitunternehmen e. V. · Schillstraße 9 · D-10785 Berlin

www.vdfu.org · info@vdfu.org · www.freizeitparks.de · info@freizeitparks.de

Tapetenwechsel

Umzug der Geschäftsstelle

2016 zog die Geschäftsstelle des VDFU aus dem Nikolai- viertel, dem ältesten Siedlungsgebiet der Hauptstadt, in das Zentrum des ehemaligen Berliner Westens. Nun wurden Koffer und Kisten erneut gepackt. Den zentralen Standort in unmittelbarer Nähe zum Zoologischen Garten, zahlreicher Botschaften und dem Regierungsviertel hält der VDFU aufrecht. Die Geschäftsstelle bleibt in repräsentativer Lage im Herzen Berlins, die einer Interessenvertretung auf Bundesebene praktisch entgegenkommt.

Der Verband stellt seine Kostenstruktur regelmäßig auf den Prüfstand. Das Kosten-Nutzen-Verhältnis der Räumlichkeiten konnte maßgeblich verbessert, die Mietaufwendungen reduziert werden. Sogar der Aufzug ersetzte den Umzugswagen. Die neuen Büroräume befinden sich im selben Gebäude, liegen lediglich zwei Etagen höher und gehören zum Deutschen Tourismusverband e.V. (DTV), der Hauptmieter bleibt.

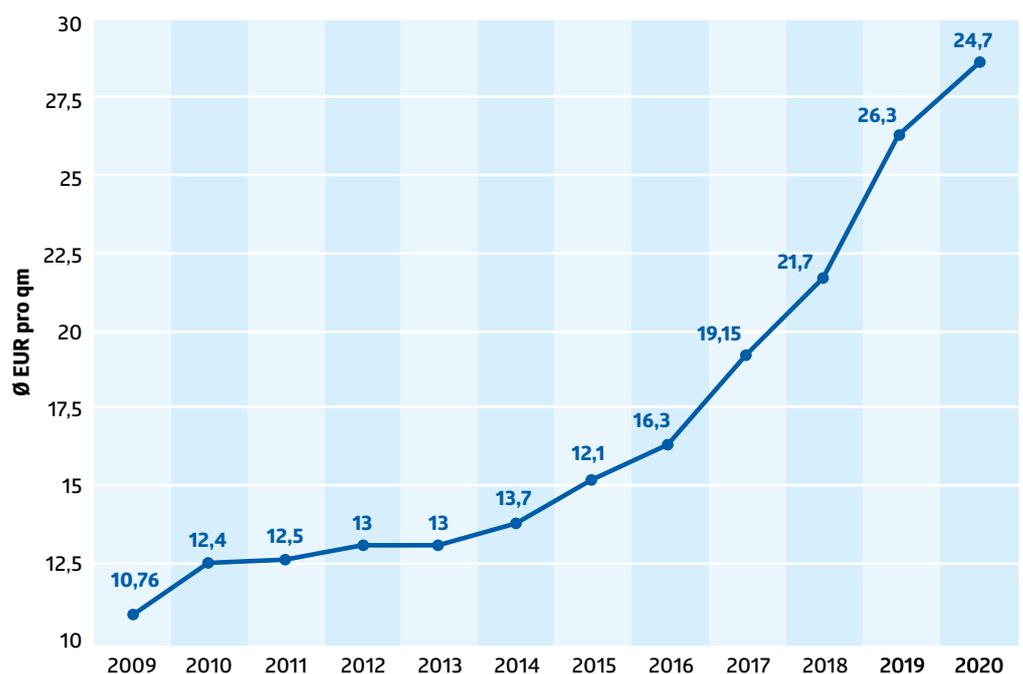
Die beiden Verbände bilden nun eine fachlich passende Bürogemeinschaft. Durch Überschneidung von Themengebieten und Verbandszielen mit dem DTV eröffnen sich zahlreiche neue Chancen für Synergie-

effekte. Bereits in der Vergangenheit wurden u. a. Weiterbildungsangebote zwischen DTV und VDFU zugänglich gemacht oder relevante Informationen ausgetauscht. Auch räumlich rücken die beiden Vertretungen der Freizeit- und Tourismuswirtschaft nun noch enger zusammen.

Wir konnten die Wirtschaftlichkeit der Nutzung unserer Geschäftsräume erhöhen und unseren zentralen Standort erhalten. Das ist keine Selbstverständlichkeit im Hinblick auf den Berliner Mietmarkt. Wir sind dem DTV für die Bereitschaft zu dem pragmatischen Lösungsansatz und der damit einhergehenden Synergie sehr verbunden. Beide Verbände profitieren und senken Kosten.

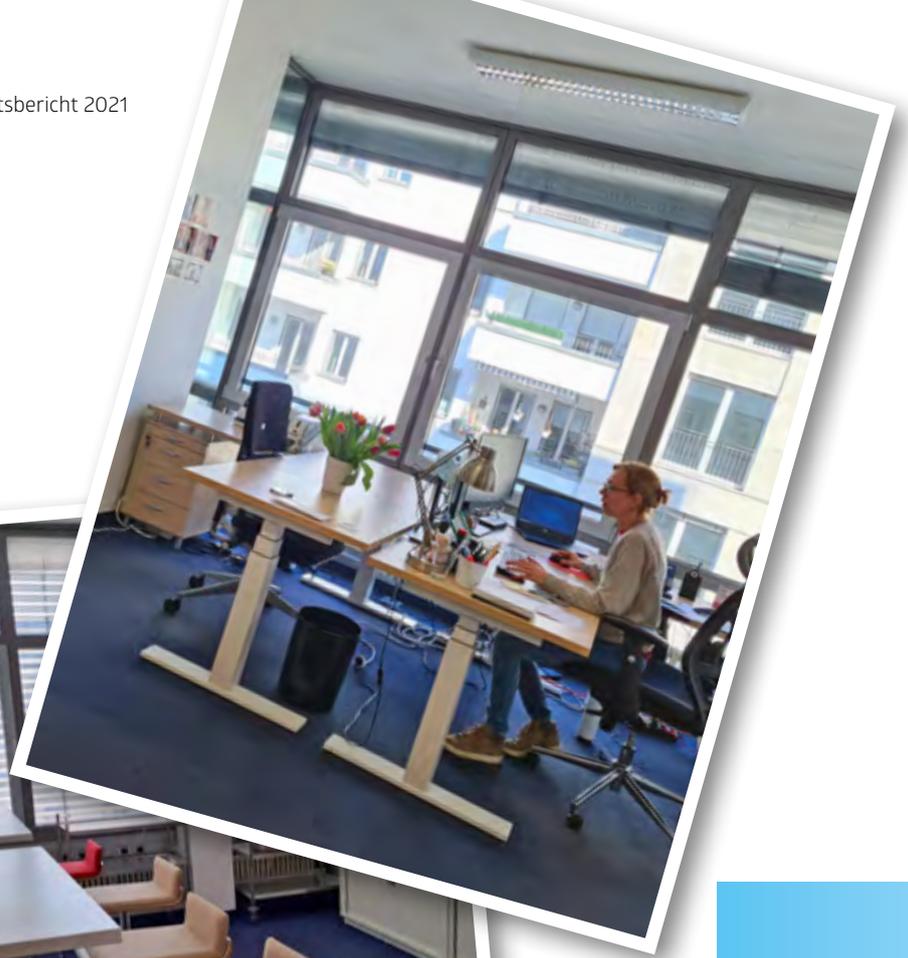
Jürgen Gevers
Geschäftsführer VDFU e.V.

Es gibt nur eine Richtung: Der Anstieg der Mietpreise in Berlin betrifft nicht nur private Einheiten. Allein seit 2016 stiegen die Mietpreise für Gewerbeeinheiten um fast 80 Prozent.



Mehr Möglichkeiten:

Die neuen Geschäftsräume bieten weiterhin Raum für Konferenzen oder Arbeitsgruppen. Auch Praktikanten oder zusätzliche Mitarbeiter finden Platz.



Aus dem Vorstand

Der Vorstand des VDFU kam 2021 im Quartalsturnus zusammen. Zur Eindämmung des Infektionsgeschehens fanden zwei der Sitzungen digital statt. Die Maßnahmen rund um die Corona-Pandemie zählten erneut zu den prägenden Themen des Jahres. Auch Konzepte zur Optimierung der Leistungen für Fördermitglieder, Zukunftsforschung, notwendige Satzungsanpassungen oder die großen Herausforderungen des Arbeitskräftemangels waren Inhalt der Austauschrunden.

Mit Manuela Stone begrüßte der Vorstand 2021 ein neues Mitglied in seinem Kreis. Im Interview stellen wir Ihnen die Geschäftsführerin des LEGOLAND Deutschland Resorts, die nun als Beisitzerin Teil des Führungsgremiums des VDFU ist, vor.

Authentisch ist das neue cool

Manuela Stone im Interview



"Wer aufhört, besser zu werden, hat aufgehört, gut zu sein." Das Credo von **Manuela Stone** verrät, dass nicht nur die eigenen Ansprüche hoch sind, sondern auch das Vertrauen in Potenziale. Die aus dem Landkreis Günzburg stammende **Geschäftsführerin des LEGOLAND Deutschland Resorts** hat ein ebenso feines Gespür für die Bedürfnisse von Besuchern und geschäftlichem Erfolg, wie für Ihre Mitarbeiter*innen und junge Talente. Empathie, authentisches Auftreten und Kommunikation auf Augenhöhe zählen dabei zu ihren Schlüsseln zum Erfolg. Im VDFU bereichert Manuela Stone nun den Vorstand und berichtet unter anderem, wie sie als Mentorin junge Frauen dabei unterstützt und bestärkt, ihren eigenen Weg zu gehen.

VDFU: „20 Jahre LEGOLAND Deutschland Resort“ – vor Ihnen liegt eine Jubiläumssaison. Sie haben die Entwicklung zunächst als Gastronomieverantwortliche von der ersten Stunde an begleitet. Nun sind Sie Geschäftsführerin. Wie fühlt sich das rückblickend an?

Stone: Zur Eröffnung des Parks herrschte ein unglaublicher „Spirit“ bei allen Beteiligten. Es war etwas ganz Besonderes, damals. „Damals“ liegt für mich heute auf den Tag genau 20 Jahre zurück. Es ist Wahnsinn, wie die Zeit vergangen ist, aber auch, wie viel seitdem auf dem Weg vom Park zum Resort passiert ist. Ich habe gerade mit Kollegen eines betriebsinternen Magazins gesprochen, das seinerzeit über mich berichtet hat. Kurioserweise fragte man mich im Artikel, was meine ersten Maßnahmen wären, wenn ich die Parkleitung wäre.

Hervorragendes Timing für dieses Interview! Mussten Sie sich erklären, warum Sie 20 Jahre später alles anders sehen oder lassen sich die Aussagen auch als Parkleitung vertreten?

Stone: Die Anlage erweitern und neue Attraktionen – zugegeben vertrat ich Positionen, die sich außerhalb der Verantwortung leicht verargumentieren lassen. Letztlich waren die Erweiterungen unter Leitung meiner Vorgänger aber Grundlage, dass wir heute eine etablierte Größe in der deutschen Freizeitwirtschaft sind. Bereits damals betonte ich zudem, dass alles nur im Miteinander funktioniert. Dazu stehe ich aus tiefer Überzeugung. Es hat heute sogar einen noch höheren Stellenwert.

» Wenn man ehrlich ist, nimmt man die Menschen mit. Das macht den Unterschied.«

Was verstehen Sie unter „Miteinander“? Warum ist es in der Bedeutung gestiegen?

Stone: Einerseits heißt das Mitpacken. Hier sitzt niemand im Elfenbeinturm. Man muss engagiert, offen und nicht zuletzt ehrlich sein – insbesondere in leitenden Positionen und auch, wenn Letzteres nicht immer

Im Fokus

Manuela Stone

Im Jahr 2019 übernahm Manuela Stone als Direktorin des Gastronomiebereichs die Geschäftsführung des LEGOLAND Deutschland Resort. Sie trägt heute Verantwortung für bis zu 1.300 Saisonkräfte und 270 Festangestellte. Sie zählt in Günzburg zu den Beschäftigten der ersten Stunde und übernahm bereits 2015 übergangsweise die Leitung vom LEGOLAND Windsor in Großbritannien. Ihre Karriere startete in der Hotellerie, in der sie Facetten vom „Fine Dine bis zum Kegelclub“ erlebte. Heute verfügt sie über einen umfangreichen Erfahrungsschatz aus Hotellerie, Gastronomie und Freizeitwirtschaft.



Ansteckend und unverkennbar: Das strahlende Lächeln von Manuela Stone ist seit 20 Jahren eine Konstante im LEGOLAND Deutschland Resort.

»Wir haben eine Wiederschäftigungsquote bei Saisonkräften, die sich normalerweise zwischen 60 und 80 Prozent bewegt.«

angenehm ist. Wenn man ehrlich ist, nimmt man die Menschen mit. Das macht den Unterschied. Es ist andererseits ein emotionales Miteinander. Das stärkt die Identifikation und bindet das Team. Wir sind alle LEGOLÄNDER*INNEN

Wie wird man LEGOLÄNDER*IN? Ist eine derart hohe Identifikation mit dem Arbeitgeber noch realistisch?

Stone: Unsere Mitarbeiter*innen identifizieren sich mit unserem Park, mit dem, was wir unseren Gästen – Familien mit Kindern – bieten und natürlich auch mit der Marke LEGO. Jeder kennt LEGO-Steine aus seiner Kindheit. Die Marke weckt positive Assoziationen. Das macht den Einstieg für viele bereits zum emotionalen Erlebnis.

Reicht das aus? Am Ende bleibt es dennoch Arbeit.

Stone: Klar. Und das schließt nicht aus, dass es auch mal stressig ist oder es Tage gibt, an denen man lieber im Bett geblieben wäre. Um diese Identifikation zu erreichen, dazu bedarf es weiterer Faktoren. Es gilt, Möglichkeiten zur Aus- und Weiterbildung zu bieten, Entwicklungsstrukturen zu etablieren, Perspektiven zu eröffnen, Mitarbeitererevents, Jubiläen, wertschätzende Unternehmenskultur – alles greift ineinander. Perspektiven und Zufriedenheit schaffen Loyalität.



„Mein absoluter Lieblingssort im Park“: Im MINILAND entdeckt selbst die Parkchefin immer wieder neue Details. Besonders bei Beleuchtung in den Abendstunden genießt Manuela Stone die Atmosphäre.

Ist die Verbundenheit mit dem Unternehmen wirksame Maßnahme gegen den Arbeitskräftemangel? Konnten Sie Abwanderungen in der Corona-Pandemie vermeiden?

Stone: Auch wir haben zahlreiche Beschäftigte verloren. Unsicherheiten, der kürzere Saisonverlauf – vielen blieb keine andere Wahl. Aber in der Tat bleiben viele „dem schönsten Land der Welt“ lange treu. Im Senior Leadership Team sind fünf Beschäftigte seit über 20 Jahren dabei, bei Festangestellten sind fünf bis zehn Jahre Zugehörigkeit eher Regel als Ausnahme. Innerhalb unserer festangestellten Mitarbeiter, die bereits mehr als fünf Jahre im LEGOLAND arbeiten, haben wir zusammengekommen stolze 2311 Jahre Erfahrung und Treue im Unternehmen.

Also die Herausforderungen liegt verstärkt in der Rekrutierung von Saisonkräften, weniger den Fachkräften?

Stone: Wir haben eine Wiederbeschäftigungsquote bei Saisonkräften, die sich normalerweise zwischen 60 und 80 Prozent bewegt. Das ist sehr hoch. Ohne den Arbeitsmarkt im Ausland einzubinden, wäre die Beset-

zung im Saisonbetrieb dennoch nicht möglich. So klar muss man das ausdrücken. Manchmal habe ich zudem den Eindruck, die Anforderungen an Beschäftigte im Saisongeschäft werden bagatellisiert. Auch hier arbeiten viele Fachkräfte, sind Schulungen erforderlich, besteht Kundenkontakt. Das macht es nicht einfacher, sie zu finden.

Wie hat man Sie gefunden? Wie kam es dazu, dass Sie die Leitung des Resorts übernommen haben?

Stone: Die Stelle war ausgeschrieben und die Position habe ich über einen klassischen Bewerbungsprozess erhalten. „Klassisch“ möchte ich in Anführungszeichen setzen, denn es war der intensivste Auswahlprozess, den ich erlebt habe. An meinen Händen kann ich die Zahl der Vorstellungsgespräche kaum abzählen. Das alles entscheidende Gespräch hatte ich dann schlussendlich mit Nick Varney, dem CEO unserer Muttergesellschaft Merlin Entertainments. Als ich hörte, dass mir das ebenfalls noch bevorsteht, lagen die Nerven wirklich blank. Das war allerdings das angenehmste der (Bewerbungs-)Gespräche.

» Ich möchte junge Frauen ermutigen. Traut euch! «

Was hat Sie bestärkt im Bewerbungsverfahren durchzuhalten und sich auf eine so verantwortungsvolle Position zu bewerben?

Stone: Dass mein Team mich für die richtige Person für diese Aufgabe hielt, war sehr wichtig. Man hat mich immer wieder ermutigt und in der Ambition bekräftigt. Bestärkt hat mich im Besonderen zudem mein Mentor. Hätte ich diesen Rückenwind nicht gehabt, es wäre wohl nicht zur Bewerbung gekommen.

Stichworte Mentor und Rückenwind: Auch im VDFU besteht die Überlegung, ein Mentoring-Programm zu initiieren, das sich gezielt an weibliche Nachwuchskräfte richtet. Wie stehen Sie dazu?



Grund zum Feiern: In der Jubiläumssaison 2022 sind zahlreiche Aktionen und Events angesetzt. Auch spektakuläre Neuheiten stehen auf dem Plan, wie beispielsweise die weltweit erste LEGOLAND® Parade, die am Geburtstagswochenende im Mai Premiere feiert.

Stone: Die Überlegung besteht und ich halte solche Programme für zielführend und wertvoll. Tatsächlich hatte ich in meinem ehemaligen Chef einen Mentor, ohne dass ich mir dessen wirklich bewusst war. Erst mit der Zeit wurde mir klar, wie wertvoll sein Rat, seine Förderung und auch seine Kritik für mich waren. Dieser Zuspruch hat mich darin bekräftigt, das zu tun, was ich heute tue. Das weiß ich sehr zu schätzen und ich möchte etwas zurückgeben.

Sie sind bereits im „Frauennetzwerk FOODSERVICE“ als Mentorin engagiert. Wären Sie auch bereit, im VDFU in diese Rolle zu schlüpfen? Ließe sich das zeitlich überhaupt bewältigen?

Stone: Es ist ein hohes zeitliches und emotionales Engagement, jemanden intensiv zu unterstützen. Das ist richtig. Aber Mentoring ist für mich eine Herzensangelegenheit, von der beide Seiten profitieren, wenn man es richtig angeht. Ich durfte bereits mehrere junge Frauen betreuen und auch meine Sicht hat sich dadurch verändert. Es gibt neue Denkansätze, frischen Wind. Ich habe so unglaublich viel selbst mitgenommen und durfte in wenigen Jahren mehrere Karriereschritte begleiten. Ich bin stolz auf meine „Mentees“. Das ist es wert. Also ja, ich wäre dazu bereit. Gerade Frauen benötigen im Beruflichen die Ermutigung.

Weil sie sich ihre Plätze in den Führungsebenen besonders hart erkämpfen müssen?

Stone: Ich drücke das mal bewusst klischeehaft und provokant aus. Zugleich möchte ich klarstellen, dass es selbstverständlich Ausnahmen gibt. Frauen neigen dazu, sich selbst zu unterschätzen. Sie zweifeln häufiger und sehen eher, was sie nicht können, anstatt das Großartige, was demgegenüber steht. Ich möchte junge Frauen ermutigen. Traut euch! Seid ihr selbst. Ihr könnt es schaffen.

Gibt es nicht durchaus strukturelle Hindernisse, die es Frauen schwer machen, bestimmte Führungsebenen zu erreichen?

Stone: Ja, die gibt es. Frauen versuchen als Reaktion oftmals sich anzupassen. Das ist ebenso nachvollziehbar wie schade. Es bedarf keiner Kopie eines Mannes und geht auch nicht darum, Männer zu ersetzen. Es geht um Ausgewogenheit, die meiner Einschätzung nach zum Besten für den Geschäftserfolg ist. Die Mischung macht's.

Und wenn die Mischung durch Gesetzgebung oder interne Vorschriften erreicht wird?

Stone: Wenn in Unternehmen eine „gläserne Decke“ existiert, also nur der Anschein ausgewogener Karrierechancen für alle Mitarbeiter*innen unabhängig von

Geschlecht oder Herkunft erweckt wird, dann befürchte ich, dass Quotenregelungen das eigentliche Problem nicht lösen. Ich wünsche niemanden, reduziert als „Quotenfrau im Herrenbereich“ zu sitzen. Wir müssen andere Hebel nutzen. Im LEGOLAND sind Geschlechterverhältnisse ausgeglichen. Allerdings nicht wegen Quotenregelungen, sondern aufgrund der Unternehmensphilosophie und weil weder Leistung noch Potenzial Fragen des Geschlechts sind. Es ist schön, dass dieses Thema auch im VDFU erkannt wird.

Herzlichen willkommen im Vorstand des VDFU an dieser Stelle! Wir hoffen, Sie sind gut angekommen?

Stone: Vielen Dank. Man hat es mir leicht gemacht. Großen Dank muss ich daher an dieser Stelle auch meinen Vorstandskolleg*innen aussprechen. Man hat mich sehr herzlich aufgenommen.

Welche weiteren Themen möchten Sie in die Verbandsarbeit einbringen?

Stone: Der VDFU ist unverzichtbar für die Vernetzung der Freizeiteinrichtungen. Wir profitieren und lernen vom Austausch, können Herausforderungen ganz anders angehen. Unverzichtbar ist dieses gemeinsame Auftreten auch, wenn es um politische Wahrnehmung geht. Größere Lobby auf Bundesebene erhalten wir nur, wenn wir im Verband geschlossen auftreten. Mit Blick auf die Entwicklung der letzten Jahre ist im VDFU viel passiert, aber in diesem Bereich können wir uns noch besser aufstellen.

Gerade in Zeiten der Pandemie war die Interessenvertretung enorm wichtig. Wie blicken Sie in dieser Hinsicht auf die kommende Saison?

Stone: Wir gehen diese Saison in der Hoffnung auf ein Erholungsjahr wesentlich positiver an: Wir können ein reguläres Öffnungsdatum benennen und – was auch immer uns erwartet – wir werden es umsetzen können. Wir blicken nach vorn und haben entsprechende Erfahrungswerte.

Also bleibt das LEGOLAND seinem Kurs treu, die Investitionen stehen?

Stone (lächelt voller Vorfreude): Ja, unser Investitionsplan bleibt unbeeinträchtigt. Was kommt ist auch kein Geheimnis. NINJAGO wird Einzug in das Feriendorf erhalten, das damit weiterwächst. 2023 wird es dann im Park selbst einen neuen Themenbereich geben. Und vor allem ist dieses Jahr unsere Jubiläumsaison. Wir haben tolle Events geplant und werden die ganze Saison über mit unseren Gästen feiern.

Vielen Dank für das Gespräch. Genießen Sie auch weiter Ihr persönliches Jubiläum. Als damals das rote Band durchschnitten wurde – hätten Sie gedacht, dass Sie eines Tages für das gesamte Resort Verantwortung tragen?

Stone (lacht): Nein, damals noch nicht, aber seitdem hat sich viel getan ...



Mehr als nur Starthilfe: Als Mentorin möchte Manuela Stone junge Frauen motivieren, ihr volles Potenzial zu erkennen und auszuschöpfen, um beruflich durchzustarten.



In den Farben getrennt,
in der Sache vereint

Verbände der Tourismuswirtschaft



Die Dimension des Miteinanders

„Das Coronavirus mahnt die Welt zum miteinander“ titelte das Handelsblatt bereits im Frühjahr 2020 treffend. Bekanntermaßen ist die Bereitschaft zusammenzurücken in Krisenzeiten unmittelbar höher, in der wirtschaftsorientierten Welt moderner Menschen verpufft sie leider ebenso schnell wieder.

Grundsätzlich bemerkenswert und zugleich tragisch, besteht doch wissenschaftlicher Konsens, dass die ausgeprägte Fähigkeit zur Zusammenarbeit zentraler Schlüssel zum Erfolg unserer Spezies ist. Die Evolution hat Kooperation entstehen lassen, bevor sie sich nach ökonomischen Maßstäben zu lohnen begann.

Nun ist die Freizeitwirtschaft nicht die Evolutionsbiologie. Gewisse Prinzipien sind dennoch übertragbar. Gemeinsam lässt sich nicht nur mehr erreichen, sondern das, was allein nicht möglich ist. Mit Blick auf das Ausmaß gesellschaftlicher wie ökonomischer Herausforderungen führt daran kein Weg vorbei. Nachhaltiges Wirtschaften im Klimawandel, demografischer Wandel oder die steigende Anzahl und Frequenz globaler Krisen lassen kaum individuelle Lösungen mehr zu.

Gemeinsamkeit wird zur Notwendigkeit. Im VDFU ist dieses Verständnis unter den Mitgliedern weitgehend verinnerlicht. Bei Ausbruch der Corona-Pandemie rückte man frühzeitig zusammen. Nahezu alle angebotenen Freizeiteinrichtungen waren in den Austausch über regionale Regelungen, operative Herausforderungen und Lösungsstrategien involviert. Verbandspräsident Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen beschrieb es im letztjährigen Geschäftsbericht treffend als „neue Dimension des Miteinanders“.

Die Bereitschaft zum Austausch, zur Kooperation und zur gemeinsamen Positionierung war nie höher. Es erfüllt mich mit großem Stolz, einem derartig solidarisch aufgestellten Zusammenschluss vorzustehen.

Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen
Präsident des VDFU e.V. im Mai 2020

Auch andere Verbände der Freizeit- und Tourismuswirtschaft waren gefordert wie selten oder nie zuvor. Als „Schicksalsgemeinschaft“ näherten sich die Interessenvertretungen an und der VDFU konnte sich auf gemeinsame Veröffentlichungen und Forderungen mit den größten Organisationen des Wirtschaftszweig Tourismus verständigen. Direkte Kooperation mit den „Big Playern“ auf Verbandsebene – für den VDFU in dieser Form ein Novum.

Wer sind diese Verbände und wofür stehen Sie? Bleiben die Schnittmengen der Interessen und die Bereitschaft zur Kooperation über die Corona-Pandemie heraus erhalten? Wir wagen den Schulterblick und stellen ausgewählte Branchenvertretungen vor.

Hallo Nachbar, hallo Partner

Der Deutsche Tourismusverband

Den VDFU e.V. und den Deutschen Tourismusverband e.V. (DTV) verbindet nicht nur räumliche Nähe. Der fachliche Austausch wurde in den letzten Jahren sukzessive intensiviert. Politische Positionen wurden in der Corona-Pandemie nach Möglichkeit geschlossen vertreten.

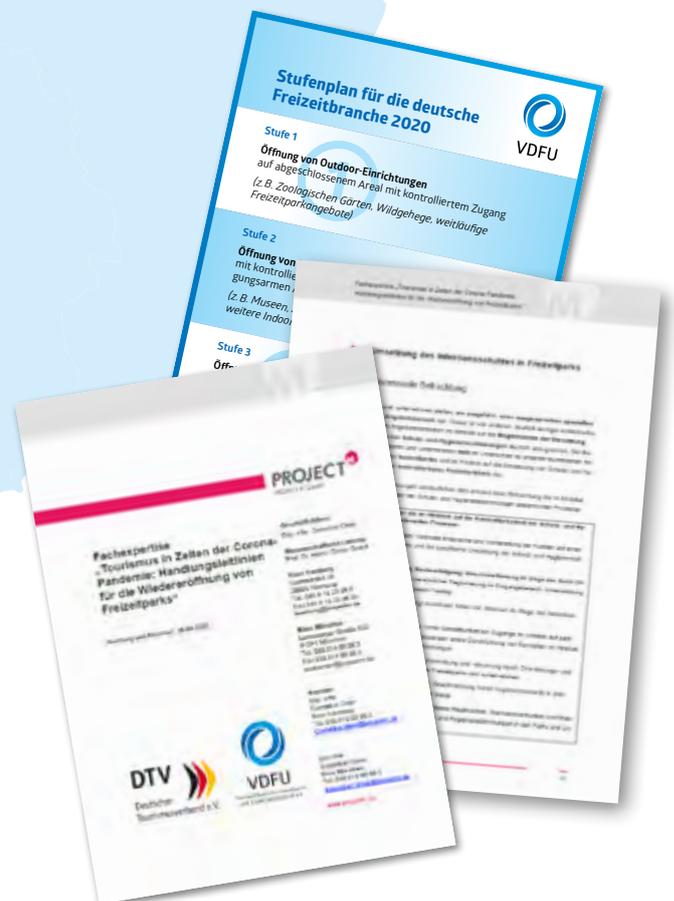
Bereits 1902 wurde der DTV als „Bund Deutscher Verkehrsvereine“ gegründet. Er ist der einzige föderal aufgebaute Dachverband kommunaler bis landesweiter Tourismusorganisationen. Der DTV repräsentiert nahezu alle touristischen Akteure im Deutschlandtourismus und ist die wichtigste politische Interessenvertretung des inländischen Tourismus. Der Verband ist zudem zertifizierend sowie koordinierend in Bereichen des Qualitätstourismus tätig.

Die jüngst abgelöste Regierungskoalition hat 2017 die DTV-Forderung zur Erarbeitung einer Nationalen Tourismusstrategie aufgegriffen, aber nicht abgeschlossen. Im Koalitionsvertrag der neuen Bundesregierung ist die Nationale Tourismusstrategie ein wichtiger Ankerpunkt der Tourismuspolitik des Bundes geblieben und soll fertiggestellt werden.

Zur Unterstützung der Umsetzung der Nationalen Tourismusstrategie hat der DTV einen umfassenden und konkreten Maßnahmenkatalog bereitgestellt. Dass politische Lösungen nicht immer passgenau sind, hat sich zuletzt schmerzlich bei der Verabschiedung des Gesetzes über die Insolvenzsicherung durch einen Reisesicherungsfonds gezeigt.

 Die **Fachexpertise „Tourismus in Zeiten der Corona-Pandemie“** war Grundlage zahlreicher Hygienekonzepte der Freizeit- und Erlebniseinrichtungen und zugleich die erste gemeinsame wissenschaftliche Veröffentlichung von VDFU und DTV. Politisch Verantwortliche reagierten mit positiven Rückmeldungen auf die fachlich versierte Entscheidungshilfe, auf der zahlreiche Konzepte zu (Wieder-)Eröffnung basierten. Das Dokument zählte zu den wichtigsten Veröffentlichungen des VDFU.

DTV 
Deutscher
Tourismusverband





Gemeinsam für die Tourismuswirtschaft:

Norbert Kunz, (Geschäftsführer des DTV, links im Bild) berief VDFU-Geschäftsführer Jürgen Gevers 2021 in die AG Tourismuspolitik, die u. a. Handlungsempfehlungen zur Ausgestaltung der Nationalen Tourismusstrategie erarbeitet.

Tourismus ist (...) ein Instrument des kulturellen Austauschs, der Völkerverständigung und damit letztlich auch der Friedenssicherung. Reisen bildet, überwindet Grenzen und führt Menschen zusammen. Es weitet den Horizont, lehrt Respekt, Toleranz und Vielfalt und beugt Abschottung und Ausgrenzung vor. Die gesamtgesellschaftliche Bedeutung eines verantwortungsbewussten Tourismus ist daher viel höher zu bemessen, als es ökonomische Indikatoren und Kennzahlen beschreiben.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Eckpunkte der Bundesregierung, Orientierungsrahmen für eine nationale Tourismusstrategie

Ausgebremst

Die Nationale Tourismusstrategie lässt auf sich warten

Tourismus ist prinzipiell Ländersache, für die Gestaltung der Rahmenbedingungen bspw. auf wirtschaftlicher, ökologischer oder arbeitsrechtlicher Ebene trägt dennoch auch der Bund Verantwortung. Die Nationale Tourismusstrategie ist ein Bekenntnis des Bundes zum Tourismus als wichtigem Wirtschaftszweig.

Die abgelöste Bundesregierung wollte mit ihr dazu beitragen, Potenziale des Tourismus im Einklang mit den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – ökonomisch, ökologisch und sozial – künftig noch stärker auszuschöpfen. Herausforderungen und Risiken wollte man auf nationaler Ebene begegnen. Das Projekt wurde bisher nicht über einen formulierten Orientierungsrahmen zur Strategieentwicklung hinaus abgeschlossen.

Kaum ein Wirtschaftsbereich war während der Corona-Krise so eingeschränkt wie der Tourismus. Folgerichtig verschoben sich durch die Bewältigung der gesundheitlichen Krise und resultierender wirtschaftlichen Verwerfungen seit März 2020 Prioritäten. Auf allen Seiten waren Ressourcen unerwartet gebunden. Die Auswirkungen der Pandemie haben neue Herausforderungen gebracht und Missstände deutlicher vor Augen geführt.

Vor allem wurde klar: Strategische Betrachtungen zum Tourismus müssen auch die Punkte Flexibilität und Resilienz umfassen. In diesem Kontext stehen nun die Arbeiten an der Nationalen Tourismusstrategie. Es bleibt abzuwarten, wie die neue Bundesregierung, der Ausschuss für Tourismus des Bundestags und die neue Tourismuskoodinatorin des Bundes damit umgehen. Notwendig war eine ressortübergreifende Tourismusstrategie bereits lange vor der Pandemie.

Im Fokus

Norbert Kunz

Seit Mitte 2019 leitet Norbert Kunz als Geschäftsführer die Geschicke des DTV, für den er bereits seit 2017 tätig ist. Der 50-jährige Politikwissenschaftler übernahm von der langjährigen Geschäftsführerin Claudia Gilles, die sich nach 22 Jahren in dieser Position in den Ruhestand verabschiedete und bereits gute Kontakte zum VDFU pflegte. Kunz bringt langjährige Erfahrung in politischer Arbeit als Büroleiter einer Bundestagsabgeordneten in seine Arbeit ein. Während der Corona-Pandemie hatte er zahlreiche tourismuspolitische Positionen und Forderungen an Entscheidungsträger und Öffentlichkeit adressieren können.



VDFU: Unsere Verbände sind nun eine Bürogemeinschaft. Gibt es besondere Gründe, warum Sie sich gerade für den VDFU als Untermieter entschieden haben?

Kunz: DTV und VDFU haben ja auch schon vorher eine gute Nachbarschaft gepflegt. Was liegt da näher, als über eine Bürogemeinschaft nachzudenken, zumal sich auch inhaltlich viele Überschneidungen ergeben und die Wege noch kürzer werden. Corona hat außerdem die Arbeitsstrukturen in vielen Bereichen verändert, so auch im DTV. Vieles findet digital statt, auch mobiles Arbeiten ist ein stärkerer Aspekt als vorher geworden. Und nicht zuletzt wollen wir auch im Büroalltag das Thema Nachhaltigkeit noch stärker berücksichtigen. Das gesamte DTV-Team freut sich daher über die Bürogemeinschaft mit dem VDFU, die einfach gut klappt.

Die neue Koalition hat ihre Arbeit aufgenommen. Tourismuspolitische Positionen sind neubesetzt und neu geordnet. Sehen Sie darin die Chance für einen echten Neustart im Tourismus nach den Herausforderungen der Corona-Pandemie?

»Wir dürfen gerade in der jetzigen Situation nicht nur an den Erhalt und Wiederaufbau bisheriger Strukturen denken, sondern müssen die Branche zukunftssicher machen.«

Kunz: Wir haben mit der neuen Regierungskoalition in vielen Punkten auch einen neuen Politikansatz, und ja: Das ist eine Chance für den Tourismus. Das im Koalitionsvertrag angekündigte Modernisierungsprogramm „Zukunft Tourismus“ ist ein wichtiger Ansatz für den Wiederaufbau des Tourismus. Und auch die geplante „Nationale Plattform Zukunft des Tourismus“ bietet die Chance, dass Politik, Tourismusbranche und Tourismusforschung in einen strategischen Austausch treten, in dem es um die Zukunftsthemen der Branche geht. Wir dürfen gerade in der jetzigen Situation nicht nur an den Erhalt und Wiederaufbau bisheriger Strukturen denken,

sondern müssen die Branche zukunftssicher machen. Ein weiterer, sehr wichtiger Punkt, der sich aus dem Regierungswechsel ergibt, ist die Chance auf eine bessere Koordinierung von Tourismusthemen in Regierung und Parlament. Tourismus ist ein Querschnittsthema, das viele verschiedene Bereiche betrifft: von der Wirtschafts- über die Arbeitsmarkt-, die Verkehrs-, Kultur-, Bildungs- und nicht zuletzt Umweltpolitik. Eine bessere Koordinierung sorgt auch für eine bessere Wahrnehmung touristischer Anliegen in den verschiedenen Ressorts.



„Die Stimmung ist durch den langen Lockdown natürlich im Keller. Aber der Optimismus ist es nicht. Wir sind uns alle sicher, dass der Deutschlandtourismus zu seiner alten Stärke zurückfinden wird. Aber es wird ein Marathon.“ Norbert Kunz kritisierte den Prozess zum neuen Bevölkerungsschutzgesetz und die undifferenzierte Einordnung des Tourismus als Pandemietreiber Ende 2020 scharf.

Nach Rekordjahren mit großen Zuwächsen hat die Corona-Pandemie den Tourismus kalt erwischt. Das Bundeswirtschaftsministerium kam in seinem Aktionsplan zur Nationalen Tourismusstrategie zu dem Schluss, dass die COVID-19-Pandemie deutlich gemacht hat, wie krisenanfällig die Tourismusbranche ist. Sehen Sie das auch so? Ist der Tourismus ein besonders sensibler Wirtschaftszweig?

Kunz: Ein kompletter Stillstand würde jede Branche hart treffen. Die Notlage im Tourismus resultiert vor allem aus den langen Monaten im Lockdown, nicht auf einer schlechten wirtschaftlichen Ausgangsposition. Gerade der Deutschlandtourismus ist eine sehr starke Branche. Vor der Pandemie konnte er auf mehr als zehn Jahre kontinuierliche Steigerungsraten zurückschauen. Er ist mittelständisch geprägt mit vielen familiengeführten kleinen und mittleren Betrieben, die seine Stärke ausmachen. Er ist stark in der Fläche und auch in strukturschwachen Regionen wichtiger Arbeitgeber. Gerade die vielfältigen Strukturen im Tourismus tragen zur Krisenfestigkeit bei.

»Bei den Urlaubsreisen mit meiner Familie stehen Freizeitparks eigentlich immer auf dem Programm.«

Die Mitglieder des VDFU begeistern „unter Normalbedingungen“ weit mehr als 40 Millionen Besucher und zählen mittlerweile über 4,5 Millionen Übernachtungen jährlich. Wie bewerten Sie die Rolle der Freizeiteinrichtungen im Deutschlandtourismus.

Kunz: Die Freizeiteinrichtungen im Deutschlandtourismus sind ein bedeutender Aspekt sowohl für den Bereich der Tagesreisen als auch für die Übernachtungen. Gerade in ihrer Vielfalt und mit ihren hochqualitativen Angeboten stechen sie auch international hervor und sind zudem regional elementarer Teil des touristischen Angebots. Sie sind ein wichtiger Identifikationsfaktor und nicht zuletzt Arbeitgeber für die Bevölkerung.

Action, Erholung, Tiere ... der VDFU bietet Erlebnisse für jeden Geschmack. Wie gestaltet sich ein Freizeiterlebnis nach Ihrem Geschmack oder gibt es in Ihrer Familie ohnehin „jüngere Entscheidungsträger“?

Kunz: Bei den Urlaubsreisen mit meiner Familie stehen Freizeitparks eigentlich immer auf dem Programm. Das war schon so, als unsere Kinder noch jünger waren und hat sich bis heute gehalten. In den großen Parks nutzen wir dann den ganzen Tag bis zur letzten Fahrt mit der Achterbahn. Einige haben wir auch schon mehrfach besucht. Aber die Vielfalt ist einfach unbeschreiblich. Wir haben deshalb noch einiges vor.

Dass Sie dafür über die notwendige Ausdauer verfügen, liegt nahe. Eine Grundvoraussetzung für die Zusammenarbeit mit der Politik?

Kunz (lächelt): Ausdauer sollte man da mitbringen, das ist wahr.

Herzlichen Dank für das Gespräch.

Licht

Der Tourismus ist von herausragender Bedeutung für die deutsche Wirtschaft.

Fast **3 Mio.**

Erwerbstätige sind in Deutschland direkt in der Tourismuswirtschaft beschäftigt. Das entspricht **6,8 %** aller Erwerbstätigen.

105,3 Mrd. €

beträgt die direkte Bruttowertschöpfung der touristischen Nachfrage. Das entspricht **3,9 %** der gesamten Bruttowertschöpfung der deutschen Volkswirtschaft und einem höheren Beitrag als Maschinenbau oder Einzelhandel.

16 %

aller Deutschen verbinden Urlaube mit dem Besuch von Freizeit- und Erlebniseinrichtungen. Der VDFU verzeichnete 2019 erstmals über **40 Mio.** Besucher in den angeschlossenen deutschen Freizeiteinrichtungen.

Zwischen März und Dezember 2020 kam es im Rahmen der Corona-Pandemie zu massiven wirtschaftlichen Verlusten.

68,7 Mrd. €

Umsatzausfälle

(Gastronomie, Sport, Unterhaltung, Freizeit, Kultur, MICE etc.)

Davon **34,7 Mrd. €** im Übernachtungstourismus **34,0 Mrd. €** im Tagestourismus.

60 %

weniger Kurzurlaube (2–4 Tage)
Längere Urlaubsreisen brachen um rund **30 %** ein.

33,2 %

weniger Besucher in Freizeit- und Erlebniseinrichtungen. Erlebnisbäder verzeichneten sogar fast **60 %** weniger Besucher.

Schatten

Rund um den Globus für die Branche

Die International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA)

Die International Association of Amusement Parks and Attractions (IAAPA) ist der global organisierte Verband der Freizeit- und Erlebnisparks. Bereits 1918 gegründet, ist die IAAPA der älteste aktive Zusammenschluss von Freizeiteinrichtungen, der mittlerweile ein Geschäftsnetzwerk mit Betrieben aus mehr als 100 Ländern einschließt. Neben Fachmessen, die in Europa, Asien und den USA zu den wichtigsten Events der Freizeitwirtschaft zählen, bietet die IAAPA zahlreiche (Weiter-) Bildungsangebote.

In der Corona-Pandemie ergänzten sich die IAAPA und die nationalen Verbände insbesondere durch den kollegialen Austausch von Informationen. Während der VDFU detaillierte Einblicke in Regelungen, Rechtsstreitigkeiten und praxiserprobte Vorgehensweisen teilte, bot die IAAPA Zugang zu internationalen Austauschrunden, erstellte einen global anwendbaren Leitfaden zum sicheren Betrieb von Freizeiteinrichtungen und konnte auf Erfahrungswerte aus anderen Märkten zugreifen.

Die IAAPA Expo Europe (IEE) im Oktober 2021 in Barcelona war die erste Messe, die der Verband seit Ausbruch der Corona-Pandemie durchführte. Jakob Wahl, Vizepräsident und Geschäftsführer der IAAPA Europe, Middle East and Africa (EMEA), verband mit der Veranstaltung, bei der rund 450 Unternehmen als Aussteller teilnahmen, die Hoffnung auf einen Neuanfang für die gesamte Branche.



Im Fokus

Jakob Wahl

Bereits 2009 begann die Karriere des gebürtigen Bonners bei der IAAPA. Seine Leidenschaft für die Freizeitwirtschaft entdeckte Jakob Wahl bereits wesentlich früher. Als Kind zu beobachten, wie Achterbahnen und andere Fahrgeschäft auf dem traditionsreichen „Pützchens Markt“ in seiner Heimatstadt errichtet wurden, fesselte ihn und ließ ihn nie mehr los. Über die IAAPA führte sein Weg 2013 in den Europa-Park, wo er u. a. als Referent der Geschäftsführung und Unternehmenssprecher tätig war, bevor er 2017 die internationale Karriere auf Verbandsebene fortsetzte.



VDFU: Dass Corona auch durch die Impfungen nicht einfach verschwindet, war bereits vor Omikron bekannt. Das Virus begleitet uns auch 2022. Ist der erhoffte „Neuanfang“ im September 2021 in Barcelona dennoch gelungen?

Wahl: In vielerlei Hinsicht ist er das. Wir haben uns nicht zur Illusion hinreißen lassen, dass wir „einen Schalter umlegen“ und unmittelbar eine Messe anbieten, die sich auf dem Größenniveau von 2019 bewegt. Wenn wir als Verband allerdings für die Öffnung von Freizeiteinrichtungen unter Voraussetzung eines entsprechenden Hygienekonzepts plädieren, dann müssen wir auch beispielhaft vorangehen. So war die IEE auch ein Zeichen, das wir bewusst gesetzt haben. Erst recht, wo wir volle Unterstützung von unseren verantwortlichen Ausschüssen und dem Aufsichtsrat hatten, die Messe durchzuführen. Es galt die Blicke wieder nach vorn zu richten. Die Zahl der Besucher hat sich im Vergleich etwa halbiert, die Herkunft der Teilnehmer war regionaler – aber die Stimmung war gut. Unsicherheiten wurden spürbar abgelegt.

Unsicherheiten auf Geschäftsebene oder im Rahmen der persönlichen Begegnung?

»Wir sind eine soziale Branche, die von persönlicher Begegnung lebt – das gilt für das Geschäftsnetzwerk, die Betreiber und natürlich die Besucher.«

Wahl: Sowohl als auch – in der Freizeitwirtschaft ist das nicht eindeutig abzugrenzen. Wir sind eine soziale Branche, die von persönlicher Begegnung lebt – das gilt für das Geschäftsnetzwerk, die Betreiber und natürlich die Besucher. Der offenkundige geschäftliche Optimismus auf der IEE war ein wichtiges Signal. Neben positiv gestimmten Ausstellern habe ich ein ausgesprochen qualifiziertes, projektinteressiertes Publikum mit hoher Identifikation für die Branche erlebt. Die Pandemie hat uns alle zurückgeworfen, aber die Erleichterung der Teilnehmer, wieder im unmittelbaren Austausch zu sein, sich zu begegnen, war greifbar.



„The Ride to Happiness“ aus dem Hause Mack Rides: Für Jakob Wahl ist die Tätigkeit in der Freizeitwirtschaft Beruf und Berufung zugleich

Erwarten Sie ungeachtet des Optimismus durch die langen Schließzeiten und allen damit verbundenen Effekten einen Investitionsstau?

Wahl: Eine schwierige Frage, die sicherlich auch in Abhängigkeit zur weiteren Entwicklung des Infektionsgeschehens zu betrachten ist. Weder möchte ich spekulieren, noch besitze ich die Glaskugel, die mir den Blick in die Zukunft ermöglicht. Leider. Ich habe allerdings die vorsichtige Hoffnung, dass wir den größten investitionshemmenden Einbruch, denn den gab es, bereits überwunden haben. Letztlich gibt es eine angestaute Nachfrage und wir sind im laufenden Betrieb alle ein Stück weit „schlanker“ geworden.

Schlanker im Sinne gesteigerter Effizienz?

Wahl: Exakt. Vielerorts wurden in der Krise Prozesse neugedacht. Das reicht von einem Digitalisierungsschub beim Ticketing oder Besuchersteuerung bis hin zu einem Betrieb mit geringerem Personaleinsatz. Die Auslastung der Parks ist besser steuerbar. Eintrittspreise und Jahreskarten wurden angepasst. Man agiert rentabler. Man setzt Ressourcen frei. Man wird profitabler sein. Hinzukommt hoher Nachholbedarf bei Freizeitaktivitäten, die stärkere Nutzung regionaler Angebote und damit verbunden eine hohe Ausgabebereitschaft der Besucher. Ohne die Pandemie und den hohen psychischen wie wirtschaftlichen Druck aller Betroffenen wegzureden – es sind gute Voraussetzungen für die postpandemische Freizeitwirtschaft.

»Die Bereitschaft zur Kooperation, die Transparenz und die nicht zuletzt emotional positive Wirkung des Austausches hat die Beteiligten selbst überrascht.«

Das stimmt positiv. Wir konnten im VDFU zudem beobachten, dass die Branche in der Krise über den Verband enger zusammengerückt ist. Wie hat die IAAPA das erlebt?

Wahl: Das kann ich so bestätigen. Wir haben in der Pandemie alle an einem Strang gezogen. Für die nationalen Verbände der Freizeitwirtschaft gilt dies, wie auch für die Freizeiteinrichtungen. Wir konnten im Frühjahr 2020 unglaublich schnell eine Arbeitsgruppe unter Beteiligung der weltweit führenden Betreiber bilden. Die Bereitschaft zur Kooperation, die Transparenz und die nicht zuletzt emotional positive Wirkung des Austausches hat die Beteiligten selbst überrascht.

Gibt es praktische Konsequenzen dieser intensiven Zusammenarbeit, die hervorzuheben sind?

Wahl: Durch den Austausch von Dokumenten oder Richtlinien konnte man ein in sich schlüssiges und in vielen Bereichen einheitliches Vorgehen bei den Konzepten für den Infektionsschutz erreichen. Vieles war übertragbar. Dass man geschlossen über die jeweiligen

Verbände an politische Entscheidungsträger herantreten und sich auf das konsistente, zum Teil praxiserprobte Vorgehen der Freizeitwirtschaft berufen konnte, hat nach Rückmeldung vieler Verbände und Mitglieder sehr geholfen.

Stichwort „praxiserprobt“ – die Pandemie erreichte die Länder und Kontinente zeitversetzt. Haben Freizeiteinrichtungen, die das Virus verzögert erreicht hat, von vorherigen Erfahrungen profitieren können?

Wahl: Ja, teilweise. Durch den Austausch mit unseren asiatischen Büros in Shanghai und Honkong, waren wir bei der IAAPA EMEA frühzeitig alarmiert. Bevor unser Hauptsitz in den USA sich mit den Herausforderungen der Pandemie konfrontiert sah, war bereits ein großer Erfahrungsschatz aus Asien und Europa vorhanden. So haben wir auch bei den entsprechenden Arbeitsgruppen im Bereich ISO und EN teilgenommen und konnten unsere Perspektive dort einfließen lassen. Letztlich konnte man aufgrund abweichender nationaler Regelungen aber nicht immer davon profitieren.

Haben Sie ein Beispiel?

Wahl: In Schweden waren Freizeiteinrichtungen als Beispiel sehr lange geschlossen. Die gesellschaftlichen Einschränkungen zum Infektionsschutz waren sehr „liberal“, aber auf Erfahrungswerte aus anderen Märkten oder Hygienekonzepten aus der EU, die Öffnungen der Freizeiteinrichtungen ermöglichten, hat man keine Rücksicht genommen. Das ist aber eine Ausnahme und sollte uns nicht davon abbringen, auch zukünftig geschlossener zu agieren. Die IAAPA und auch der VDFU müssen die neue Verbundenheit nutzen und auch ihre neue Rolle für zukünftige Herausforderungen interpretieren.

Wie hat sich die Rolle der Verbände verändert.

Wahl: Es ist eigentlich keine Veränderung. Die Mitglieder, aber auch die Verbände selbst, besinnen sich eher zurück auf „klassische“ Verbandsleistungen. Eine

Forderung oder ein Konzept, das politischen Entscheidungsträgern vorliegt, hat mehr Gewicht, wenn es vom Verband vorgelegt wird. Herausforderungen, die die gesamte Branche betreffen, löst man nicht individuell. Das klingt simpel und logisch, aber dieses Verständnis dringt erst seit Ausbruch der Pandemie wieder verstärkt in das Bewusstsein aller Beteiligten. Man hatte uns als IAAPA mitunter mehr als Messeveranstalter wahrgenommen als die Branchenvertretung.

Für welche Themen wird diese Rückbesinnung zukünftig besonders relevant?

Wahl: Hier muss ich nicht spekulieren. Der Arbeitskräftemangel ist bereits allgegenwärtig, aber gerade hier erscheinen branchenübergreifende Kooperationen zielführend. Die Vernetzung von Experten und eine

»Herausforderungen, die die gesamte Branche betreffen, löst man nicht individuell.«



Großes Vertrauen in großer Krise: „Jakob is the right person at the right time“ – Mit diesen Worten verkündete Hal McEvoy (rechts im Bild, Präsident und CEO der IAAPA) die Ernennung Wahls zum „Vice President und Chief Operating Officer“.



»Konkurrenz belebt vielleicht das Geschäft, aber die besten Geschäfte macht man gemeinsam.«

Keine Tänzer, keine Pyrotechnik, keine Parkmaskottchen: „Dies ist ein Neuanfang. Bei dieser Expo geht es darum, sich auf die Zukunft vorzubereiten und sich auf Inspiration zu konzentrieren, statt auf Unterhaltung“, so Jakob Wahl während der Eröffnungsansprache zur IEE im September in Barcelona

gemeinsame Strategie über den Verband zu entwickeln ist aus meiner Sicht der absolut richtige Ansatz. Der VDFU hat in dieser Hinsicht eine hervorragende Entwicklung genommen und setzt dies praktisch um. In die Arbeitsgruppe zur Entwicklung der Zukunftsstudie war ich persönlich involviert und ich halte dieses kooperative Vorgehen für einen zentralen Erfolgsfaktor. Wenn wir uns aus all den Schwierigkeiten der letzten zwei Jahre die Bereitschaft zur Zusammenarbeit beibehalten, ist das viel wert. Konkurrenz belebt vielleicht das Geschäft, aber die besten Geschäfte macht man gemeinsam. Zusammen sind wir stärker!

Herzlichen Dank für diese Einblicke und den Austausch. Wir bedanken uns auch für Ihre Mitarbeit in den Arbeitsgruppen zur Zukunftsstudie – ganz ohne zauberhafte Glaskugel. Sollten wir diese dennoch eines Tages finden – wir geben Ihnen Bescheid!

Wahl (lacht): Das wäre wunderbar. Aber dank der magischen Anziehungskraft des VDFU und meiner Herkunft ist die Verbindung auch ohne Glaskugel sehr eng. Ich hoffe, dass Terminkalender und Rahmenbedingungen bald wieder den Besuch eines VDFU-Events zulassen.

Wir würden uns sehr darüber freuen!



Partnerverbände: VDFU-Präsident Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen nutzte unter Begleitung seiner Gemahlin Caroline Freifrau von Landsberg-Velen die Messe der IAAPA in Barcelona zum Austausch und Dialog mit politischen Vertretern.

Weitere Verbände

Die Freizeit- und Tourismuswirtschaft sind „Querschnittsbranchen“. Der VDFU hat naturgemäß Berührungspunkte zu zahlreichen anderen Wirtschaftsverbänden und Organisationen.

Nachfolgend erhalten Sie nur eine Auswahl weiterer Branchenvertretungen, mit den Kooperation und Austausch intensiviert werden.



EWA – European Waterpark Association



Die European Waterpark Association e. V. (EWA) ist die Interessenvertretung der europäischen Freizeitbäder, Thermen und Wasserparks. Sie strebt europaweit einheitliche Standards und Normen an und setzt

sich zugleich für eine nachhaltige und ressourcenschonende Entwicklung der Bäder- und Freizeitbranche ein. Mitglieder der EWA müssen einen Qualitätsstandard nachweisen, der hohes konzeptionelles und technisches Niveau und großes Servicebewusstsein beinhaltet. Die EWA ist bestrebt, die Zusammenarbeit mit anderen Interessenvertretungen und Berufsverbänden, die eine marktwirtschaftliche sowie bedarfsorientierte Freizeitpolitik unterstützen, zu intensivieren.

In der EWA sind derzeit rund 140 Bäder aus Deutschland, Luxemburg, Slowenien, Schweiz, Österreich, Schweden, Tschechische Republik, Rumänien vertreten. 137 Fördermitglieder stellen das Geschäftsnetzwerk.

Verbände und Organisationen der Bäder- und Freizeitwirtschaft haben gemeinsam ihre Stimme für die Mitgliedsbetriebe erhoben. Ein eindrucksvolles Signal, dass es in der Krise gelang, individuelle Anliegen zurückzustellen und sich gegenseitig den Rücken zu stärken. EWA und VDFU hatten stets eine freundschaftliche Beziehung, die wir zukünftig nutzen sollten, um konkrete Schnittmengen zu finden und nicht zuletzt, um uns mehr Gehör im Rahmen der Interessenvertretung zu verschaffen.

Dr. Klaus Batz
Geschäftsführer European Waterpark Association e. V.



„TINA“ hieß das Konzept der EWA, das im März einen inzidenzwertunabhängigen und **sicheren Neustart von Freizeitbädern und Thermen** ermöglichen sollte. Die Wiederinbetriebnahme sollte damit umgehend möglich und unabhängig von regionalen Entwicklungen der Inzidenzwerte dauerhaft gesichert werden.

Der VDFU unterstützte Bemühungen der EWA und unterzeichnete einen gemeinsamen **Appell** an die Bundesregierung sowie die Ministerpräsidentinnen und Ministerpräsidenten der Länder. Trotz positiver Resonanz und sachlicher Zustimmung seitens der Politik kämpften auch die Bäderbetriebe europaweit teils vergebens um einheitliche und dem tatsächlichen Infektionsrisiko entsprechende Behandlung.



© IAAPA

Die **IAAPA Expo Europe** bietet eine Plattform, um die Zusammenarbeit der Branchenverbände zu intensivieren. VDFU und die EWA nutzten die Gelegenheit, um dem „Senior Expert for Tourism“ Eric Philippart aus der EU-Kommission (vorne, 3. v. l.) gemeinsam ihre Anliegen vorzutragen. „Um uns Gehör zu verschaffen und unseren Forderungen Nachdruck zu verleihen, ist es zielführend Schnittmengen zu finden und diese geschlossen zu vertreten. Wir sind in der Krise auf Verbandsebene zusammengedrückt. Es gibt keinen Anlass, diesen Weg auch im Normalbetrieb nicht fortzuschreiten“, verdeutlicht VDFU-Präsident Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen (vorne, 2. v. l.). Auch EWA-Geschäftsführer Dr. Klaus Batz (hinten, 1. v. l.) möchte die intensivierte Zusammenarbeit beibehalten und sieht im VDFU einen wichtigen Partner.

VDH– Verband der Hallen- und Indoorspielplätze



Der Verband der Hallen- und Indoorspielplätze e.V. (VDH) wurde 2004 gegründet. Er vertritt und unterstützt professionelle Betreiber von Indoorspielplätzen im deutschsprachigen Raum. Durch verschiedene Maßnahmen ist der VDH bestrebt, einen einheitlich hohen Standard in den Kernthemen Qualität, Sicherheit und Außendarstellung bei seinen Mitgliedern zu erreichen.

Der VDH veranstaltet zudem regelmäßige Netzwerktreffen, um es Mitgliedern zu ermöglichen, sich mit Lieferanten aus der Freizeitindustrie in Verbindung zu setzen. Der VDH zählt über 70 Ordentliche Mitglieder und rund 30 Fördermitglieder.

Die jährliche Besucherzahl von über

400 Indoorspielplätzen

in Deutschland, Österreich und der Schweiz schätzt der VDH unter Normalbedingungen auf

27 Millionen.



© Adobe Stock, Angelov

Schwierige Argumentation: Dass die Kombination körperlicher Ertüchtigung und einem geschlossenen Innenbereich im Hinblick auf den Infektionsschutz während der Pandemie eine sehr schwierige Kombination darstellt, mussten teilweise auch die Indoor-Mitglieder des VDFU erfahren.

DRV – Deutscher Reiseverband



Der Deutsche Reiseverband e.V. (DRV) repräsentiert die Reisewirtschaft in Deutschland. Seine Mitglieder stehen für den größten Teil des Umsatzes im Reiseveranstalter- und Reisemittlermarkt. Zu seinen Kernaufgaben zählt der DRV neben

umfangreicher Interessenvertretung Krisen- und Sicherheitsmanagement für die Reisewirtschaft, Unterstützung beim digitalen Wandel, Engagement zur Sicherung von Fachkräften, den Einsatz für Nachhaltigkeit und Klimaschutz oder die Entwicklung von Branchenstandards.

Der DRV zählt mehrere Tausend Mitgliedsunternehmen, darunter zahlreiche touristische Dienstleister.



© Deutscher Reiseverband e.V. / Natalia Lenzendorf

Fokusthema Nachhaltigkeit: Die DRV-Kampagne #reisebewusst soll für die sozialen und ökologischen Aspekte des Reisens sensibilisieren und auf Instagram im Wochenrhythmus Tipps und Tricks zum bewussten Reisen teilen. Die internationale DRV-Auszeichnung EcoTrophea würdigt bereits seit 1987 innovative und vorbildliche Nachhaltigkeitsprojekte in der Tourismusbranche



Die Solidaraktion der Reisebranche: DRV Hilfe ohne Grenzen e. V.

Menschen zu helfen, die in Reiseländern unverschuldet in Notsituationen geraten sind, ist der Leitgedanke des 2002 gegründeten und gemeinnützigen Vereins. Der Zusammenschluss von Reiseunternehmen hat es sich zum Ziel gemacht, unbürokratisch und diskret Hilfe zu leisten, wenn Menschen durch Naturkatastrophen, Terror oder kriegerische Handlungen in Not geraten sind. Dazu zählen u. a. die Koordination und Unterstützung von Hilfsmaßnahmen, das Sammeln und Verteilen von Geld- und Sachspenden, der Einsatz von Transportkapazitäten, um Menschen oder Hilfsgüter zu befördern.



Touristikjahr 2020/21 – Auszug einer Bilanz 1. November 2020 bis 31. Oktober 2021

28,8 Mrd. Euro Gesamtausgaben der Deutschen für Reisen (vorab gebuchte Leistungen): Ein Rückgang um zehn Prozent zum Vorjahr und über vierzig Prozent gegenüber 2019

Stillstand im Winter: Im Vergleich zum Winter 2018/19 vor der Corona-Pandemie brachen die erzielten Umsätze 2020/21 um 94 Prozent ein

Comeback der Pauschalreise im Sommer: Die Ausgaben stiegen um 134 Prozent gegenüber dem Vorjahressommer auf 9,6 Mrd. Euro

Die beliebtesten Ziele für Pauschalreisen im Sommerurlaub: Spanien und Griechenland im Ausland, Nord- und Ostseeküste gefolgt von den bayerischen Bergen im Inland

Quellen: Deutscher Reiseverband e. V. / GfK SE

DEHOGA – Deutscher Hotel- und Gaststättenverband



Hinter dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband) steht mit dem Gastgewerbe

in Deutschland eine Dienstleistungsbranche überwiegend mittelständischer Prägung. Rund 222.000 Betriebe, 2,1 Millionen Beschäftigte und über 45.500 Auszubildende stehen für Wirtschaftskraft und einen zentralen Baustein der heimischen Tourismusindustrie. Fünf Fachabteilungen im DEHOGA Bundesverband vertreten spezielle Belange der Mitglieder. Dazu zählen Systemgastronomie, Gemeinschaftsgastronomie, Diskotheken, Bahnhofsgastronomie und Catering.

Mit 65.000 Mitgliedern ist der DEHOGA Interessenvertreter des Gastgewerbes. Der Verband selbst gliedert sich in 17 Landesverbände und zwei Fachverbände.



© Europa-Park

Umsatzstärkster Gastronomiebetrieb in Deutschland an einem Ort: Der Europa-Park ist auch gastronomisch ein Ort der Superlative. Die hohe Qualität in den über 100 gastronomischen Einrichtungen im Europa-Park, der Wasserwelt Rulantica sowie den sechs parkeigenen Hotels wurde bereits mehrfach ausgezeichnet. Hunderte Angestellte finden hier Beschäftigung.



5 Fakten

Das Gast- und Beherbergungsgewerbe in der Pandemie

1 Gegenüber dem Jahr 2019 betrug der **reale Umsatzrückgang** im Gastgewerbe 2021 über 40 Prozent. Das Beherbergungsgewerbe verzeichnete sogar ein Minus von rund 45 Prozent.

Der **Umsatzverlust** von März 2020 bis Dezember 2021 beläuft sich im Gastgewerbe real auf fast 74 Mrd. Euro gegenüber dem Vorkrisenjahr 2019

2

3 Im November 2021 gab es knapp über eine Million sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Gastgewerbe. Ein **Rückgang** von über 75.000 Personen bzw. fast sieben Prozent gegenüber November 2019.

2021 gab es über 310,3 Millionen **Übernachtungen** im Beherbergungsgewerbe in Deutschland, noch immer über 185 Millionen weniger Übernachtungen als im Jahr 2019, ein Minus von rund 38 Prozent.

4

5 Von Januar bis November 2019 gab es in der Gastronomie 1.412 eröffnete **Insolvenzverfahren**. Im gleichen Zeitraum waren es 2020 1.149 und 2021 nur 837 Insolvenzverfahren.

Quellen: DEHOGA Bundesverband, DEHOGA Zahlenspiegel 4/21; Statistisches Bundesamt

BVCD – Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland e.V.



Der Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland e.V. (BVCD e.V.) wurde im Jahr 2000 als Dachverband und Interessenvertretung der Camping- und Wohnmobilstellplatzunternehmer mit dem Ziel gegründet, den Campingtourismus in Deutschland zu fördern. Neben der Interessenvertretung setzt sich der Verband für die gemeinsamen fachlichen, bildungspolitischen und wirtschaftlichen Belange ein.

Mitglieder des BVCD sind 11 Campingverbände der Bundesländer, eine Stellplatz- und Campingplatzgemeinschaft sowie rund 40 Fördermitglieder. Insgesamt vertritt der Bundesverband mehr als 1.200 Campingplätze in Deutschland.

Der Campingtrend bleibt weiterhin ungebremst. Die Rekordübernachtungen im August in Verbindung mit der hohen Zahl der Neuzulassungen von Freizeitfahrzeugen verdeutlichen, das Camping als naturnahe und sichere Urlaubsform weiterhin attraktiv ist. Werden die geplanten Öffnungsschritte der Bundesregierung realisiert und weitere Beherbergungsverbote vermieden, können für 2022 Übernachtungszahlen auf einem Vor-Corona-Niveau erwartet werden.

Christian Günther
Geschäftsführer BVCD e.V.



© Ravensburger Spieleland

Zahlreiche Freizeit- und Erlebniseinrichtungen im VDFU bieten bereits eigene Campingmöglichkeiten oder spezielle Stellplätze für Wohnmobile. Das Ravensburger Spieleland bietet Stell- und Zeltplätze, Kombi-Tickets für den Parkeintritt und ermöglicht Campen den Zugang zum Feriendorf.



Gemeinsame Zielgruppe: Viele Mitglieder des VDFU haben Campingplätze in ihrem Einzugsgebiet oder bieten eigene Campingmöglichkeiten. Der VDFU platzierte im BVCD-Campingführer 2021 eine **Anzeige** im Rahmen eines partnerschaftlichen Verhältnisses.



Gemeinsam mit dem Deutschen Tourismusverband e.V. (DTV) bietet der BVCD ein **Klassifizierungssystem** zur Qualitätsverbesserung und -sicherung auf Camping- und Freizeitanlagen.

2021



Das Campingjahr

33 Millionen Übernachtungen zählen die Campingplätze in Deutschland – ein **Verlust von acht Prozent** gegenüber 2019

Fast **9,5 Millionen Übernachtungen im August** – ein **Rekordwert**, der Verluste der ersten Jahreshälfte nicht ausgleichen konnte

Durch Hochwasser entstandene Schäden und das resultierende Image als Krisenregion führten in **Rheinland-Pfalz** zu einem **Minus von fast 30 Prozent** zur Vorkrisenzeit

Die **meisten Übernachtungen** verzeichnete **Bayern mit über 6,1 Millionen**, es folgen Schleswig-Holstein (über 5,3 Millionen) und Mecklenburg-Vorpommern (knapp 5 Millionen)

Fast **15 Prozent** der Urlauber haben 2021 einen **Campingplatzaufenthalt** gegenüber anderen Urlaubsformen bevorzugt.

Quellen: BVCD e. V. /
Beyond Outdoor Media Gruppe Amling



Bring it on (line)

Alle da: Personen in Deutschland zwischen 14 und 59 Jahren sind zum Jahresende praktisch alle online. Potenzial für einen weiteren Zuwachs besteht nur noch bei älteren Generationen.

Ort der Entscheidung: Das Internet bleibt die wichtigste Informationsquelle zum Thema Urlaubsreisen und Freizeitgestaltung. Die Online-Buchung ist der bedeutendste und meistgenutzte Buchungsweg der deutschsprachigen Bevölkerung.

Hier fließt das Geld: Bargeld bleibt in Deutschland mit 66 Prozent das am häufigsten verwendete Zahlungsmittel. Die Nutzung zum Vorjahr hat um fast 10 Prozent abgenommen. Der digitale Zahlungsanbieter PayPal zählt mit 59 Prozent bereits zu den häufigsten genutzten Zahlungsmitteln.

Analoge Buchung auf dem Rückzug: Bei 66 Prozent aller Reisen wurde mindestens ein Bestandteil digital gebucht, was knapp 56 Millionen Reisen entspricht. Nur bei knapp einem Drittel aller Reisen wurde keine digitale Buchung vorgenommen.

Hier ist der Tourismus: Kurzurlaubsreisen wurden 2021 zu 80 Prozent über digitale Kanäle wie Online-Buchung oder per E-Mail gebucht, bei längeren Reisen waren es „nur“ 54 Prozent.

Quellen: Verband Internet Reisevertrieb e. V. / BearingPoint

VIR – Verband Internet Reisevertrieb e.V.



Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) ist der Interessenverband der deutschen digitalen Reiseindustrie in der Öffentlichkeit.

Der VIR ist Ansprechpartner für Branche, Verbraucher, Medien und Politik. Zu den Zielen des Verbands zählen die Steigerung der Qualität der Internet-Reiseportale, Stärkung des Vertrauens in die digitale Touristik sowie Nachwuchs- und Innovationsförderung. Neben Markt- und Medienbeobachtung engagiert sich der VIR in Debatten um gesetzliche Entwicklung im Tourismus und E-Commerce sowie in der Nachwuchsförderung an Hochschulen.

Über 90 Unternehmen haben sich dem Verband Internet Reisevertrieb e.V. angeschlossen. Dazu zählen u. a. Online-Reisebüros, Destinationen, Technologie-Anbieter, Reiseveranstalter, Start-ups oder auch Zahlungsdienstleister des Digitaltourismus.

In einem Jahrzehnt werden wir es ausschließlich mit digital affinen Kunden zu tun haben. (...) Entsprechend notwendig ist es, dass sämtliche Marktteilnehmer in ihre Zukunft investieren und die Chancen nutzen, die sich aus der Digitalisierung für ihre bestehenden Geschäftsmodelle ergeben.

Michael Buller

Vorstand des Verbands Internet Reisevertrieb e.V. im Jahr 2018

© Adobe Stock, chokniti



Digitale Customer-Journey: Von der Empfehlung, über die Information und Buchung des Angebots, die Planung der Anreise, kontaktloses Zahlen vor Ort bis hin zur Berichterstattung, die wiederum zur Empfehlung für den nächsten Besucher wird – ob es gefällt oder nicht – digitale Kanäle sind für die Freizeitwirtschaft unverzichtbar.



© Verband Internet Reisevertrieb e.V./ Realizing Progress GmbH & Co. KG

Wertschätzung, Verantwortung, Ethik: Geht es nach dem VIR, dann tritt der Tourismus im Jahr 2025 als Gestalter und Impulsgeber einer offenen und nachhaltigen Welt auf. Diesen Anspruch erläutert das spannende „impulse4travel Manifest“ in acht Aspekten und Themenbereichen. impulse4travel ist ein vom Travel industry Club prämierter Denkprozess von über 300 Akteur*innen der Tourismusbranche.

VdZ – Verband der Zoologischen Gärten e. V.



Der Verband der Zoologischen Gärten (VdZ) e. V. ist die führende Vereinigung wissenschaftlich geleiteter Zoologischer Gärten im deutschsprachigen Raum. Er wurde bereits 1887 gegründet und ist der weltweit älteste Zoo-Verband.

Zu seinen Schwerpunkten gehören u.a. die Interessenvertretung, die Kommunikation und Kooperation mit Behörden, Politikern, Wissenschaftlern, anderen Verbänden oder Medien. Der VdZ setzt zudem hohe Standards in der Zootierhaltung voraus. Mitglieder des Verbands zeichnen sich als wertvolle Freizeit- und Kultureinrichtungen mit hoher gesellschaftspolitischer und touristischer Relevanz aus. Das Gesamterlebnis für die Besucher nimmt immer höheren Stellenwert ein. Im VdZ sind über 70 Zoologische Gärten Mitglied. Hinzukommen rund 20 assoziierte oder fördernde Mitglieder.

Zoologischer Gärten im 21. Jahrhundert müssen einerseits eine professionelle, fachlich fundierte Zootierpflege und intensive Anstrengungen für den Erhalt bedrohter Arten gewährleisten. Sie müssen andererseits auch am Puls der Zeit bleiben, was die Ansprüche der Besucher und die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen im Bereich Freizeiterlebnis und Marketing angeht. Das Erholungs- und Freizeiterlebnis soll gleichermaßen ein Bewusstsein für Natur- und Artenschutz schaffen. Die Arbeit der Zoos geht weit über die tiergärtnerischen Belange hinaus und umfasst heute Themen wie Kundenservice, Edutainment und die Thematisierung als Gesamterlebnis. Der Verband der Zoologischen Gärten (VDZ) und der VDFU haben aufgrund dieser Komplexität nicht nur gemeinsame politische Anliegen sondern auch zahlreiche Schnittmengen im fachlichen Austausch.

Prof. Jörg Junhold

Präsident des Verbandes der Zoologischen Gärten (VDZ)



© Erlebnis-Zoo Hannover



© ZOOM Erlebniswelt Gelsenkirchen

In Zoos entstehen längst keine einfachen Anlagen mehr. Erlebniswelten führen heute die grundlegenden Aufgaben zoologischer Gärten wie Bildung, Artenschutz und wissenschaftlich fundierte Tierhaltung in ganzheitlichen Konzepten mit dem Besucherwunsch nach Unterhaltung und Service zusammen.

© Zoologischer Garten Köln



Wichtige Zoopädagogik: Viele Zoos sind außerschulische Lernorte und rund 90 Prozent der Mitglieder im VdZ betreiben eine Zooschule - eine hervorragende Ergänzung naturwissenschaftlichen Unterrichts. Mit zunehmender Urbanisierung für viele junge Menschen zudem eine einmalige Gelegenheit Wildtieren zu begegnen, biologische Vielfalt zu erleben und ein Bewusstsein für den notwendigen Erhalt der Biodiversität zu entwickeln.

© dan pearlman



Hier steckt das Erlebnis bereits im Namen: Die Besucher des Erlebnis-Zoos Hannover werden in sechs Erlebniswelten mit unterschiedlicher Architektur und Landschaft geführt. Als Generalplaner ist die Handschrift von VDFU- und VdZ-Mitglied dan pearlman unverkennbar. Die Themenwelt Yukon Bay begeistert Besucher und gewährleistet artgerechte Haltung der Bewohner.



Die Zoos im VdZ hinterlassen Spuren

Über **45 Millionen** Zoobesuche 2019

Fast **300 Millionen Euro** Jahresumsatz

In den Erlebniswelten tummeln sich über **200.000 Wirbeltiere**

Rund **10.000** direkte und indirekte Arbeitsplätze

Jährlich rund **200 wissenschaftliche Publikationen** und Studien

Über **100 internationale Zuchtprogramme** zum Erhalt bedrohter Tierarten

Jährlich mehr als **140 Millionen Euro Investition** in Tieranlagen und Tierwohl

4,5 Millionen Menschen besitzen eine Jahreskarte

Quelle: Verband der Zoologischen Gärten e. V.



Verbandsarbeit

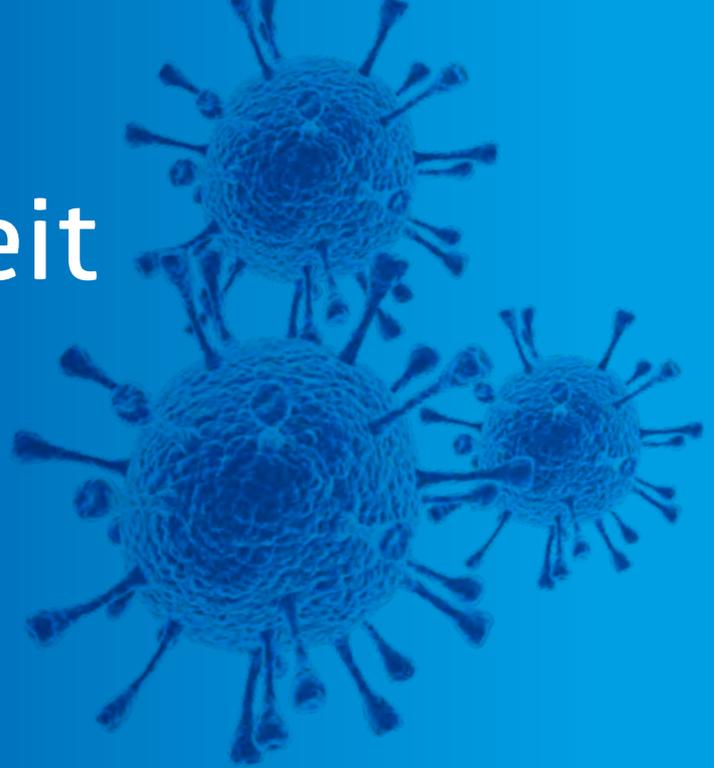


Entgegen aller Hoffnung war bereits zum Jahreswechsel absehbar, dass die Maßnahmen zum Infektionsschutz und deren Auswirkungen auf die Mitglieder des VDFU auch im Jahr 2021 großen Einfluss auf die Verbandsarbeit haben werden. Insbesondere das erste Quartal war durch große Anstrengungen der Interessenvertretung im Rahmen der andauernden Pandemie geprägt.

In der Folge geben wir übersichtlich Einblick in einige der Maßnahmen im Rahmen der Corona-Krise. Ob in vertraulichen Gesprächen und Austauschrunden oder im Rahmen öffentlicher Positionierung und Forderung hat der VDFU dabei stets unmissverständlich klargestellt, dass der Gesundheitsschutz von Mitarbeiter*innen wie Besucher*innen uneingeschränkt Vorrang genießt.

Auch weitere Aktivitäten der Verbandsarbeit sind kaum gänzlich losgelöst vom Pandemiegeschehen zu betrachten. Zu umfassend sind die Auswirkungen auf die Freizeitwirtschaft. Dennoch konnten weitere wichtige Projekte vorangetrieben werden. Gemeinsam erschließen wir weiter die Potenziale unseres Branchenzusammenschlusses.

Gehen wir es an!



Corona-Pandemie prägt erste Jahreshälfte

Ungleichbehandlung bayerischer Freizeitparks

Der letzte Lockdown 2020 traf im Besonderen bayerische Freizeiteinrichtungen. Die sogenannten „Novemberhilfen“ sahen pauschalisierte Entschädigungen anhand des Vergleichsmonats im Vorjahr vor. Die wirtschaftlich wichtigen Herbstferien waren allerdings einzig im Freistaat erst im November angesetzt (Vorjahr Oktober), was den Vorjahresvergleich ad absurdum führte. Um gegen diese folgenschwere Benachteiligung vorzugehen, richtete sich der VDFU an die Fraktionen im Bayerischen Landtag. Die Fraktion der FDP griff das Thema aktiv auf und brachte es als Teil eines Dringlichkeitsantrages in die Landtagssitzung ein. Der Antrag wurde von den Fraktionen der FDP und SPD unterstützt. Aus den Reihen der Regierungsfaktionen gab es keinen Beistand. Fraktionen von CSU, Freien Wählern und AfD stimmten gar dagegen.

Hinkender Vergleich: Für die bayerischen Freizeiteinrichtungen waren die **Novemberhilfen** aufgrund der veränderten Ferienzeit und pauschalen Vorjahresvergleiche eine folgenschwere Benachteiligung. Trotz Kenntnis der Ungleichbehandlung und ihrer resultierenden wirtschaftlichen Konsequenz wurden keine diesbezüglichen Anpassungen bei den Novemberhilfen vorgenommen. Bis in das Frühjahr 2021 hinein, kämpfte der VDFU im Sinne seiner Bayerischen Mitglieder um Gleichberechtigung.

(...) Es ist eine pragmatische Lösung in Branchen anzustreben, die von saisonalen Sondereffekten betroffen sind – dies betrifft z. B. die Freizeitparks, denn die bayerischen Herbstferien lagen letztes Jahr im Oktober, dieses Jahr im November; dadurch ist eine Hauptumsatzzeit weggebrochen und kann nicht durch die Vorjahresumsätze des Novembers abgebildet werden. (...)

Dringlichkeitsantrag der FDP im Bayerischen Landtag vom 15.12.2020



© Adobe Stock, mdworschak



Gemeinsamer Appell der Verbände

In einem gemeinsamen Appell bemühte sich der VDFU auf Initiative der European Waterpark Association (EWA) um effektivere Hilfsprogramme speziell für privatwirtschaftliche Badeeinrichtungen und die Erlebnisbäder im Verband. Das Bundesministerium der Finanzen reagierte. Teile der Forderungen wurden im Rahmen der Überbrückungshilfe III berücksichtigt.

Stellungnahme des BMF auf VDFU-Anfrage

Erst im Januar 2021 hatte Bundeswirtschaftsminister Altmaier den ersten direkten Austausch mit dem Tourismusausschuss des Bundestages. Dass dies erst knapp ein Jahr nach Beginn der Corona-Pandemie geschehen ist, wurde von manchem Parlamentarier als mangelnde Wertschätzung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft gewertet. In einer in diesem Kontext vom VDFU eingeforderten Stellungnahme zur Ungleichbehandlung von Freizeitparks gegenüber Kinos oder Theatern erklärt das Bundesfinanzministerium (BMF), man hoffe, "dass die möglichen Hilfsangebote die Probleme der großen Mehrheit der Betroffenen in den Freizeitunternehmen auch in dieser außergewöhnlichen Lage adressiert". Einzelfallprüfungen zur Vermeidung individueller Benachteiligungen wurden indes ausgeschlossen.



© Reuters

Die Freien Demokraten unterstützen Anliegen der Freizeiteinrichtungen im Bundestag: Anfang Februar 2021 richtet sich **Christian Lindner** als Fraktionsvorsitzender direkt an das Bundesfinanzministerium und Wirtschaftsminister Altmaier. „Die Wahrnehmung, die sie haben und die Realität im Land klaffen immer weiter auseinander“, so Lindner. Er nahm in der Folge direkten Bezug auf Freizeiteinrichtungen, die er als Beispiel für unzureichende Berücksichtigung innerhalb der Hilfsmaßnahmen gesondert hervorhob.



© Lassonczyk

Christian Lassonczyk ist u. a. Experte für Arbeits- und Vertragsrecht. Im Rahmen der Corona-Pandemie beriet der Fachanwalt mehrfach die Freizeiteinrichtungen im VDFU, um bei der ebenso dynamischen wie komplizierten Rechtslage den Überblick zu behalten. Die Themenschwerpunkte des Austauschs wurden inklusive anwaltlicher Stellungnahme zusammengefasst und zugänglich gemacht.

Webinar zu arbeitsrechtlichen Fragestellungen der Saisonarbeit

Bereits 2020 bot der VDFU interaktive Webinare in Kooperation mit dem renommierten Rechtsanwalt Christian Lassonczyk an. Verbandsmitglieder wurden unterstützt, arbeitsrechtliche Fragestellungen rund um die Corona-Pandemie aufzulösen. Aufgrund der weiterhin komplexen wie ungewissen Situation wurde das Angebot auch zum Jahresbeginn 2021 erneuert. Mitglieder erhielten ergänzend die Möglichkeit, eigene Anliegen und Fragestellungen einzubringen, während der Experte wichtige Hinweise zur Rechtslage bei der Rekrutierung von Saison- und Aushilfskräften gab.

Positionspapier „Sicherer Neustart“

In einer Videokonferenz beschloss die Bundeskanzlerin gemeinsam mit den Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder eine Arbeitsgruppe zu bilden, um eine „sichere und gerechte Öffnungsstrategie“ (u. a. für die Freizeitwirtschaft) zu erarbeiten. In einem Positionspapier richtete sich der VDFU an Beteiligte und Öffentlichkeit. Die kritischen Szenen überfüllter Naherholungsgebiete aus dem Vorjahr und Freizeiteinrichtungen als wirksames Ventil zur Auflösung sozialer Spannungen in kontrollierter Umgebung wurden in Erinnerung gerufen. Ein möglicher Stufenplan zur Wiedereröffnung von Freizeit- und Erlebniseinrichtungen wurde mitgeliefert, der sich in ähnlicher Form auch im Beschluss der Bundesregierung wiederfand.



Aus den für die **Entwicklung einer Öffnungsstrategie** zuständigen Staatskanzleien gab es Ende Februar 2021 sehr positive Resonanz zu den Ausführungen des VDFU, die sich auf fundierte wissenschaftliche Untersuchungen stützen. Trotz vielseitiger Zusicherung, die prekäre Lage der Freizeitwirtschaft ernst zu nehmen, ließen nicht alle Bundesländer rechtzeitige Öffnungen zu den Osterferien zu.

BMWK berücksichtigt wichtige Forderungen des VDFU

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWK) erarbeitete mit den Wirtschaftsminister*innen der Länder ein Grundlagenpapier zur Öffnungsstrategie. Zahlreiche der für den VDFU elementaren Punkte für die Wiedereröffnung des Tourismus, die zuvor gemeinsam mit anderen Verbänden eingebracht und vertreten wurden, fanden Eingang in die Gesprächsgrundlage. Darunter auch Öffnungsperspektiven unterhalb Inzidenzen von 50 oder die Weiterführung staatlicher Hilfen während und nach der Öffnungsphase.

Stellungnahme des BMAS zu VDFU-Positionspapier

Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) reagierte auf ein Positionspapier des VDFU mit einem Schreiben an den Verbandspräsidenten. Im direkten Auftrag von Bundesminister Hubertus Heil wurde großes Verständnis für die Situation der Freizeiteinrichtungen im Hinblick auf die Beschäftigung von Saisonkräften und damit verbundene Möglichkeiten zum Bezug von Kurzarbeitergeld gezeigt. Mit Verweis auf die hohen finanziellen Belastungen der Agentur für Arbeit bat man als Konsequenz um Verständnis, nicht alle betrieblichen Risiken abfangen zu können.

Probleme bei Anstellung von Saisonkräften im Frühjahr 2021

Ausgangslage	→ Problemstellung	→ Risiken
Vorlaufzeit von 3–4 Wochen vor Saisonstart für Parkbetrieb notwendig	Fehlende konkrete Öffnungsperspektive	Rüstzeiten der Parks und Arbeitsmarkt lassen keine kurzfristige Öffnung zu
Rekrutierung von Saisonkräften benötigt deutlich längeren Vorlauf	Unsicherheit der Wirtschaftlichkeit von Öffnungen	Prekäre Lage für eingeplante Saisonkräfte bei kurzfristiger Schließung
Verlust wiederkehrender Beschäftigter droht (Ø anteilig über 50 % der Saisonkräfte)	Jederzeitige Aussetzung des Betriebs möglich	Dauerhafte Abwanderung etablierter Kräfte in andere Branchen
Kurzfristige Schließungen nicht unvorhersehbar	Keine Kurzarbeit wie im Vorjahr möglich	Verschärfung Arbeitskräftemangel und/oder hohe Kosten für Betreiber

Absehbare Entwicklung: Im Positionspapier Ende Februar skizzierte der VDFU klar die Situation der Freizeiteinrichtungen. Das erbetene Verständnis des Bundesministers für Arbeit und Soziales, betriebliche Risiken nicht berücksichtigen zu können, blieb vielerorts aus.

Webmeeting „Klageverfahren und verwaltungsrechtliche Fragen“

Nachdem erste Freizeiteinrichtungen bereits erfolgreich auf dem Rechtsweg gegen behördlich verordnete Betriebsschließungen vorgegangen sind, klärte der VDFU auf, welche Voraussetzungen und Maßnahmen notwendig waren und welche Ergebnisse konkret erzielt wurden. Unter Einbeziehung von Rechtsanwalt Philipp Schröder-Ringe, Rechtsexperte für Verwaltungsrecht, teilten auch Sabrina de Carvalho, Geschäftsführerin des Heide Park Resort, sowie Familie Grothaus vom Tier- und Freizeitpark Thüle, die hier in einer „Pionierrolle“ waren, Erfahrungen solidarisch mit VDFU-Mitgliedern.



© Adobe Stock, Aerial Mike

Der Rechtsweg ist nicht ausgeschlossen: Freizeiteinrichtungen, die über ein Klageverfahren die Öffnung erwirken wollten, waren ungeachtet vergleichbarer Voraussetzungen nicht in allen Bundesländern erfolgreich.

Videoschle mit Staatsminister Holetschek

Der Bayerische Staatsminister für Gesundheit und Pflege Klaus Holetschek folgte der Einladung des VDFU zum digitalen Austausch mit den bayerischen Mitgliedern im April. Einige Freizeiteinrichtungen durften trotz politischer Unterstützung im Freistaat erst im Juni die Pforten öffnen. Die Gleichbehandlung klassischer Freizeitparks mit zoologischen und botanischen Gärten war lange Zeit nicht gegeben.



Zahlreiche VDFU-Mitglieder nutzten die Möglichkeit, Staatsminister Holetschek die Plausibilität der Hygienekonzepte von Freizeiteinrichtungen aufzuzeigen.



Zahlen, Daten, Fakten:

Für mehrere Bundesländer bereitete der VDFU Handreichungen gerichtet an politische Entscheidungsträger vor. Die wirtschaftliche und soziale Bedeutung der Freizeiteinrichtungen für die jeweilige Region wurde nachvollziehbar verdeutlicht.



© Tripsdrill

Ohne sachliche Begründung: Nach nur zehn Tagen mussten in Baden-Württemberg die Freizeiteinrichtungen im VDFU ihre Pforten aufgrund regionaler Inzidenzwerte schließen. Auch das **Wildparadies in Tripsdrill** durfte nicht mehr öffnen, weil es nicht als zoologischer Garten kategorisiert wurde. Zahlreiche Medieninstitute griffen den offenen Brief des VDFU an Landesregierung und Ministerpräsident auf, der eine sachliche bzw. epidemiologische Begründung sowie die Gleichbehandlung forderte.

Offener Brief an Ministerpräsident Kretschmann

In einem offenen Brief brachte der VDFU gegenüber Ministerpräsident Kretschmann Unverständnis zum Ausdruck, dass Freizeitparks in der Öffnungsstrategie des Freistaates gegenüber Zoos benachteiligt werden. Aufgrund nahezu identischer epidemiologischer Herausforderungen wäre eine einheitliche Öffnungsstrategie nicht nur in Baden-Württemberg logische Konsequenz. Auch an Entscheidungsträger anderer Bundesländer wurden angepasste Schreiben adressiert.

BayernSPD fordert Öffnungsperspektiven für Freizeitparks

Als Reaktion auf eine Videoschalte mit Bundestagsabgeordneten Karl-Heinz Brunner fordert die SPD in Bayern Perspektiven für Freizeitparks. Der VDFU begrüßte, dass die Oppositionsparteien im Landtag die Argumente aufgegriffen haben und die Dringlichkeit einer Öffnungsperspektive für Freizeitparks erkannten. Vergleichbare Reaktionen der Regierungsparteien bleiben aus.

Damit Anfang oder Mitte Juni ein Freizeitpark aufmachen kann, braucht es jetzt klare Entscheidungen. Es geht nicht, dass man überall fast alles aufmacht, aber diese Betriebe nach wie vor im Unklaren lässt.

Horst Arnold, Vorsitzender der BayernSPD-Landtagsfraktion

Mediale Aufmerksamkeit

Im ersten Quartal beschränkten sich die Forderungen des VDFU aus Respekt vor den Folgen und Geschädigten des Pandemiegeschehens vornehmlich auf Gleichbehandlung und wirtschaftliche Unterstützung. Mit näher rückendem Sommer ließen die Rahmenbedingungen die direkte Forderung nach Öffnungen der Einrichtungen zu. Insbesondere im Mai erfuhren Verband und Branche starke mediale Aufmerksamkeit. Dem hohen Bedürfnis der Bevölkerung nach Freizeitausgleich trugen die Medien Rechnung.



© Zweites Deutsches Fernsehen
Anstalt des öffentlichen Rechts

Sinkende Inzidenzen und fortschreitende Lockerungen: Mit den Temperaturen stiegen im Mai 2021 mediale Aufmerksamkeit und konkrete Forderungen des VDFU nach Öffnungen der Freizeit- und Erlebniseinrichtungen.



Weitere Verbandsaktivitäten

Aktionsbündnis Tourismusvielfalt

Der VDFU engagiert sich seit 2021 im neuen Aktionsbündnis Tourismusvielfalt (ATV). Der Zusammenschluss zahlreicher Verbände der Tourismuswirtschaft hat sich zum Ziel gesetzt, die verschiedenen Marktteilnehmer des Branchenzweigs als Netzwerk zusammenzubringen und politische Forderungen geschlossen zu vertreten. Mit einem erarbeiteten Positionspapier für die Legislaturperiode 2021–2025 möchte der ATV zentrale Handlungsfelder für die Politik im Tourismussektor aufzeigen und Maßnahmen und unmittelbare Maßnahmen darlegen, um den „Restart der Tourismuswirtschaft“ zu ermöglichen und Weichen für die zukünftige Entwicklung der Branche zu stellen.



Das ATV betrachtet die Touristik als Querschnittsbranche. Wir haben überschneidende Handlungsfelder, auf die wir aufmerksam machen müssen. Wir alle profitieren davon, wenn unsere **Maßnahmenvorschläge** politisches Gehör finden. Die Einbindung von Marktteilnehmern über Verbände wie den VDFU unterstreicht die Vielfalt unserer Wirtschaftsleistung, die wir vermitteln möchten – und müssen.

Michael Buller
Vorstand des VIR e. V.
Sprecher und Vorstand des ATV

Volle Pakete

Post für alle Mitglieder des VDFU – über 200 Pakete gingen 2021 auf die Reise. Um das Zugehörigkeitsgefühl zum Verband und damit verbundenen Marken zu stärken, erhalten die Mitglieder nun die Möglichkeit, Schilder und weiteren Materialien sichtbar zu platzieren.



Begrüßungspaket: Neue Mitglieder sollen künftig mit einem „VDFU-Starter-Kit“ in die Verbandswelt eingeführt werden.



Rulantica zeigt Flagge: VDFU-Vizepräsident Michael Krefz von Byern neben den neuen und gut sichtbar platzierten Schildern im Eingangsbereich.



VDFU-Zukunftsstudie

Auf welche Szenarien muss man sich als Betreiber*in einer Freizeiteinrichtung einstellen? Wie wird sich das Konsum- und Freizeitverhalten entwickeln? Wie können Freizeiteinrichtungen Ihre Angebote und Leistungen an sich verändernde Anforderungen anpassen? Die Freizeitwirtschaft blickt grundlegenden Veränderungen entgegen. Um den Mitgliedsunternehmen künftige Risiken und Chancen, aber auch konkrete Handlungsempfehlungen aufzeigen zu können, hat der VDFU eine Zukunftsstudie in Auftrag gegeben. Die Ergebnisse dieser Zusammenarbeit zwischen der touristischen Strategieberatung ProjectM, dem Wiener Institut für Zukunftsforschung sowie einer Arbeitsgruppe bestehend aus Vertretern von VDFU-Mitgliedsunternehmen wurden im September 2021 verbandsintern veröffentlicht.

MARCO POLO Reiseführer



In Kooperation mit dem VDFU hat der MairDumont-Verlag im Rahmen der MARCO POLO Reiseführerreihe 2021 erstmals eine Ausgabe für Freizeitparks in Deutschland und seinen Nachbarländern in den Handel gebracht. Die Platzierung war ausnahmslos im Verband organisierten Freizeit- und Erlebniseinrichtungen vorbehalten. Die Darstellung selbst war kostenfreier Bestandteil der Verbandsmitgliedschaft. Fun Fact: Auf keinem anderen MARCO POLO Reiseführer werden Sie das Gesicht eines Menschen erkennen. Doch im Fall des VDFU lässt sich das Erlebnis, das die Freizeiteinrichtungen eint, durch nichts treffender als durch glückliche Menschen darstellen. Der MairDumont-Verlag machte eine Ausnahme.



Sonderdruck: Wer der meistverkauften Reiseführerreihe in Deutschland und Europa sein Siegel verleihen wollte, hatte die Möglichkeit eines exklusiven Sonderdrucks.

VDFU CAST



Zukunftsperspektiven für die deutsche Freizeitwirtschaft

Was passiert nach Corona? Gibt es überhaupt ein „nach Corona“? Zum Jahresauftakt gab der renommierte Zukunftsforscher **Andreas Reiter** Einschätzungen zum veränderten Freizeitverhalten der Besucher sowie vorbereitende Hinweise für Betreiber.



Zum Jahresauftakt im Podcast: **Andreas Reiter**, Gründer und Leiter des ZTB Zukunftsbüros in Wien, Lehrbeauftragter am MCI Innsbruck und an der Donau-Universität Krems sowie internationaler Keynote-Speaker, stand dem VDFU Rede und Antwort.



Psychische Belastungen in der Krise meistern

Die Pandemie ist Belastungsprobe für breite Teile der Bevölkerung. Betreiber von Erlebnis-einrichtungen wurden von aktiven Unternehmer*innen zu fremdbestimmten Zuschauern. In dieser Stresssituation voller wirtschaftlicher und persönlicher Sorgen, sollen sie Beschäftigten ein Gefühl der Kontrolle und Sicherheit vermitteln. Gemeinsam mit Diplom-Psychologin und Bestseller-Autorin **Dr. Ilona Bürgel** widmete sich der VDFU diesem wichtigen und zugleich sensiblen Thema.



Familieneinblicke: 100 Jahre Franz Mack

Am 7. März 2021 hätte Franz Mack, der „Gründervater des Europa-Park“, seinen 100ten Geburtstag gefeiert. Das Gespräch mit seinem Sohn Dr. h. c. **Roland Mack** lieferte spannende und persönliche Einblicke in die Entstehungsphase des Europa-Park und das Vermächtnis seines Vaters. Noch heute beeinflusst Franz Mack das Handeln der Familie und Ihrer Unternehmensgruppe um Deutschlands größten Freizeitpark.



Pionier, Visionär und Mitbegründer des VDFU: Kaum jemand prägte die Freizeitpark-industrie so stark und nachhaltig wie Franz Mack. Zahllose Innovationen und Erfindungen gehen auf ihn zurück. 2006 wurde er in die „Hall of Fame“ der IAAPA aufgenommen.



Gemeinsam stark auf dem Arbeitsmarkt

Der Arbeitskräftemangel ist akut, die Verhandlungsposition der Bewerber*innen stark. Welche Möglichkeiten es für Unternehmen der Freizeitwirtschaft dennoch gibt, den Mitarbeiterbedarf zu decken und welche Chancen oftmals ungenutzt bleiben, berichtete **Andreas Herde**. Der Geschäftsführer und Inhaber von YeaHR! 2020 stellte seine Erfahrung und Know-How zur Verfügung.

Der War for Talents (dt.: Kampf um Talente) ist vorüber. Der Arbeitnehmer hat gewonnen.

Andreas Herder
YeaHR!



Bereits 2020 etablierte der VDFU einen Podcast, der ausgesprochen positive Resonanz erfuh.

Entscheidungsträger*innen aus Freizeiteinrichtungen tauschten über den Jahresverlauf immer wieder Erfahrungswerte rund um die Corona-Pandemie aus. Auch 2021 wurden spannende und informative Episoden im Auftrag des VDFU produziert. Moderiert wird der VDFU-Podcast weiterhin von Stefan Burian, Experte für Freizeitparks. Alle VDFU-Podcasts stehen im Mitgliederportal zum Abruf bereit.

LIFT WISSEN: Wissenschaftliche Untersuchung zum Arbeitskräftemangel in der Freizeitwirtschaft

BMWK setzt auf den VDFU



Gefördert durch:
aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Die Fördermaßnahme „LIFT WISSEN“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) soll die Tourismuswirtschaft im Erholungsprozess unterstützen und stärken. Förderfähig waren Projekte, die zu

Lösungen aktueller tourismuspolitischer Herausforderungen beitragen und Wissenslücken schließen, insbesondere bei der Bewältigung der Folgen der Covid-19-Pandemie. Ein Projekt des VDFU hat sich gegen zahlreiche andere Bewerber durchgesetzt und zählte zu den förderfähigen Vorhaben.



Der Fachkräftemangel von gestern ist heute ein Arbeitskräftemangel. Die Zeit der Inzellösungen in der Tourismuswirtschaft ist vorbei. Der VDFU ist bestrebt, die Vorteile von Interessensgemeinschaften und einer Netzwerkökonomie branchenintern und -übergreifend zu evaluieren und auszuschöpfen.

**Auszug aus dem Förderantrag
„LIFT WISSEN“ des VDFU**

Projektpartner

Unter dem Arbeitstitel „Mitarbeiter finden und binden“ leitete der VDFU das Projekt federführend. Der Verband definierte Ziele der Untersuchungen, koordinierte deren Umsetzung und war Schnittstelle zwischen durchführenden Partnern sowie beteiligten Unternehmen.



Das Forschungsinstitut Betriebliche Bildung (f-bb) zählt zu den

größten Einrichtungen beruflicher Entwicklung in Deutschland. Wissenschaftliche Begleitung von Förderprogrammen sowie Fallstudien oder empirische Erhebungen zählen zu den Kernkompetenzen. Neben der Untersuchung von Sekundärquellen führte die f-bb im Projektverlauf Interviews mit

Beschäftigten aus Freizeiteinrichtungen. Die Auswertung berücksichtigt die aktuelle Sicht der Arbeitnehmer und liefert relevante Erkenntnisse zur Mitarbeiterbindung und -gewinnung. Zudem wurde eine digitale Befragung unter den Freizeiteinrichtungen im Verband durchgeführt. Ergebnisse konnten Untersuchungen des VDFU aus dem Jahr 2017 gegenübergestellt werden, um Entwicklungstendenzen aufzuzeigen.



YeaHR! ist eine Beratungsagentur mit strategischem Know-how und hoher Kompetenz im modernen Personalwesen. Die mehrfach prämierte Agentur ist die erste, die sich auf die Digitalisierung der

gesamten HR-Wertschöpfungskette spezialisiert hat. Die Herausforderungen des modernen Personalwesens zu überwinden, zählt zu den Kernkompetenzen. Unter Leitung von YeaHR! veranstaltete der VDFU eine Workshopreihe unter Beteiligung von Vertretern aus den Freizeiteinrichtungen.



Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag e. V. (DIHK) war als Schlüsselpartner des Projekts. Der DIHK stand als Förderer der gewerblichen Wirtschaft und des Wirtschaftsstandort Deutschland den Projektpartnern in beratender Funktion zur Seite.

Verschärfte Herausforderung

Die Personalbeschaffung in der touristischen Freizeitwirtschaft hat sich zum existenziellen Problem entwickelt. War in diesem Kontext vor einigen Jahren noch der Fachkräftemangel hervorzuheben, so ist es mittlerweile flächendeckend nicht mehr möglich, vakante Positionen vollumfänglich zu besetzen. Der Fachkräftemangel von gestern ist heute ein Arbeitskräftemangel.

Die Analyse der Lage auf dem touristischen Arbeitsmarkt insbesondere für geringqualifizierte Arbeitnehmer, die Tragweite der Auswirkungen durch die Corona-Pandemie und die Entwicklung von Lösungsansätzen waren Ziele der Untersuchung.

Das Projekt wurde in verschiedene Phasen mit Multi-Methodischen-Ansätzen und fließenden Übergängen unterteilt. Auf Basis von Sekundärdaten und Mitarbeiterbefragungen, aber auch durch die aktive Einbindung einer Arbeitsgruppe, die sich aus Vertretern der Mitgliedsunternehmen zusammensetzte, waren Praxisbezug und entsprechende Erfolgskontrolle sichergestellt.



Konsens gesucht: Die Vielfalt von Freizeiteinrichtungen, Beherbergungsbetrieben und Gastronomie innerhalb des Verbands bietet nicht nur die Möglichkeit einer umfassenden Untersuchung, sondern eröffnet in der Folge Chancen zur Entwicklung übertragbarer Konzepte, die flexibel innerhalb des Tourismussektors Anwendung finden können.

Projektphasen

Kick-Off	→ Heide Park Resort	→ Ausgangssituation, Erwartungen, Vorgehen
Workshop 1	→ virtuell	→ Bewerbungsmanagement und -prozesse
Workshop 2	→ virtuell	→ Onboarding und Mindsetting
Workshop 3	→ Köln	→ Recruiting über lokale Touchpoints
Workshop 4	→ Köln	→ Social Media und Digital Recruiting

Herzlichen Dank an die teilnehmenden Freizeiteinrichtungen:

Bavaria Filmstadt, Bayern-Park, Bubenheimer Spieleland, Erlebnispark Schloss Thurn, Erlebnispark Tripsdrill, Europa-Park, Ferienzentrum Schloss Dankern, Filmpark Babelsberg, Fort Fun, Freizeitland Geiselwind, Freizeitpark Lochmühle, Freizeitpark Traumland, Hachez Chocoversum, HANSA-PARK, Irrland, Jaderpark, Heide Park Resort, Holiday Park, HopLop Deutschland, Karls Erlebnis-Dörfer, Kulturinsel – Die geheime Welt von Turisede, LEGOLAND Deutschland Resort, Merlin Entertainments Group, potts park, Ravensburger Spieleland, Rulantica, Serengeti Safaripark Hodenhagen, TimeRide, Zoologischer Garten Köln

Auswahl gewonnener Erkenntnisse ...



Die Covid-19-Pandemie wirkte als Brandbeschleuniger einer schwelenden Problematik. **98 %** der Befragten bestätigen, dass die **Corona-Pandemie den Arbeitskräftemangel verschärft** hat. Dennoch ist die Pandemie nicht grundlegende Ursache des Arbeitskräftemangels in der Freizeitwirtschaft.

Schließungsanordnungen und fehlende Öffnungsperspektiven führten **zur großflächigen Abwanderung von Saisonkräften**.

86 % der Freizeiteinrichtungen sind in der Selbstwahrnehmung davon überzeugt, dass sie viel tun, um **Mitarbeitende an den Betrieb zu binden**.

Nur **24 %** der Betriebe halten **monetäre Vergütung** für ein überzeugendes Argument, um Geringqualifizierte und Saisonkräfte zu gewinnen, während **64 %** einen **attraktiven Arbeitsplatz** bzw. **84 %** die **abwechslungsreiche Tätigkeit** für sehr wichtig erachten. Gespräche mit Mitarbeitern bestätigten, dass weiche, soziale Faktoren tendenziell noch vor dem Lohn als relevant angeführt werden.

Besonders **überzeugende Eigenschaften der Arbeit** aus Sicht der Freizeit- und Erlebniseinrichtungen:



1. Kontakt mit Menschen
2. Umfeld / Branche
3. Flexibilität
4. Lage / Region
5. Gehalt

76 % der **inländischen Saisonkräfte** werden in einem Umkreis von **30 km zur Arbeitsstelle** rekrutiert.

25 % der **saisonal Beschäftigten** entstammen dem **Ausland**. Der Anteil nimmt mit Nähe zur Grenze der Bundesrepublik zu.



Über **80 %** der Befragten wünschen sich eine **überregionale digitale Kampagne des VDFU**.



Fast **70 %** sehen großes Potenzial in einem zentralen **Jobportal für die Freizeitwirtschaft** durch den VDFU.



... im Vergleich zu 2017

↑
15
%

86% der Befragten haben **nennenswerte Schwierigkeiten** bei der **Rekrutierung**.

↓
4
%

Nur **4%** Befragten gaben an, **keine Maßnahmen** gegen Arbeitskräftemangel bei Geringqualifizierten und Saisonkräften getroffen zu haben.

↑
6
%

Bei **76%** der Betriebe wird die **Angebotsgestaltung beeinflusst** aufgrund von Problemen bei der Personalbeschaffung.

↑
7
%

Über **91%** der Einrichtungen geben an, dass **keine oder zu wenige Bewerber** größtes oder grundlegendes Problem.

Häufig oder immer auftretende Probleme bei der Personalsuche

	2017	2022	Trend
Keine oder zu wenige Bewerber	84 %	91 %	+7 %
Mangelnde Qualifikation	68 %	43 %	-25 %
Fehlende Berufserfahrung	63 %	46 %	-17 %
Mangelnde Flexibilität der Bewerber	65 %	55 %	-10 %
Überzogene Ansprüche der Bewerber	57 %	56 %	-1 %
Unvereinbarkeit mit familiären Verpflichtungen	54 %	34 %	-20 %
Konkurrenz unter Arbeitgebern	43 %	70 %	+27 %



Meistverbreitete Rekrutierungskanäle

2017	2021
1. Bundesagentur für Arbeit	1. Eigene Webseite / Soziale Netzwerke
2. Soziale Netzwerke	2. Mitarbeiter werben Mitarbeiter
3. Online-Jobbörsen / Print-Anzeigen	3. Bundesagentur für Arbeit

Bestbewertete Rekrutierungskanäle

2017	2021
1. Eigene Webseite	1. Soziale Netzwerke
2. Online-Jobbörsen	2. Online-Jobbörsen
3. Internationale Personalsuche	3. Mitarbeiter werben Mitarbeiter

Getroffene Maßnahmen gegen den Arbeitskräftemangel

	2017	2022	Trend
Verbesserte Entlohnung	65 %	82 %	+17 %
Flexibilisierung der Arbeitsstrukturen	38 %	62 %	+24 %
Modernisierung der Mitarbeiteranwerbung	57 %	55 %	-2 %
Internationale Anwerbung	38 %	47 %	+9 %
Bereitstellung von Mitarbeiterunterkünften	/	47 %	/
Hilfestellung bei der Wohnungssuche	/	32 %	/
Interne Weiterbildungen	24 %	17 %	-7 %

Der **Bau von Unterkünften** für Mitarbeiter war 2017 eher untergeordnetes Thema. Heute stellen **47%** der Befragten Unterkünfte, allerdings in sehr unterschiedlichem Umfang.

Auswahl unmittelbarer Maßnahmen



Der VDFU wird seinen Mitgliedern 2022 ein **Jobportal für die Freizeitwirtschaft** zur kostenfreien Nutzung bereitstellen.

Weitere **Workshops und Arbeitsgruppen** zum Thema werden 2022 unter Federführung des Verbands angeboten.



Eine in **Kooperation mit YeaHRI!** zu konzipierende **Kampagne** soll das Image der Branche als Arbeitgeber verbessern und Aufmerksamkeit auf das Stellenportal des VDFU lenken.

Politische Positionen und damit einhergehende **Interessenvertretung** werden intensiv auf die Bedürfnisse der Mitglieder hinsichtlich des Arbeitskräftemangels ausgelegt. Im Besonderen sind in diesem Kontext zu nennen:



Steuerbefreiung Mitarbeiterunterkünfte

Die Überlassung von Wohnraum durch Arbeitgeber für Saisonkräfte muss steuerbefreit werden. Hohe Investitionen in Mitarbeiterunterkünfte tragen keine Früchte, wenn diese leer bleiben. Gerade in den unteren Einkommensklassen macht die Versteuerung von Wohnraum als Sachwertbezug oftmals den entscheidenden Unterschied und lässt vor allem internationalen Arbeitskräften den Nachbarländern Deutschlands den Vorzug geben, die Beschäftigte nicht aufgrund von Wohnraumüberlassung besteuern.

Erhöhung der Zeitgrenzen für kurzfristige Beschäftigung

Die Erhöhung der Zeitgrenzen auf sechs Monate bzw. 140 Arbeitstage hat wirtschaftliche wie soziale Vorteile. Kurzfristige Beschäftigung erhöht die Flexibilität und gibt insbesondere regional ansässigen Rentner*innen Möglichkeit sozialer Teilhabe und zur Schließung von Versorgungslücken der gesetzlichen Rentenversicherung.

Bürokratieabbau für ausländische Beschäftigte

Zahlreiche bürokratische Hemmnisse erschweren die Anstellung ausländischer Beschäftigter. Sowohl für Fachkräfte als auch für Saisonkräfte müssen die Hürden und auch die Bearbeitungszeiten von Anträgen gesenkt werden. Auch die schnellere Integration von Geflüchteten mit Bleibeperspektive in den Arbeitsmarkt ist hier zu nennen.

Steuerbefreiung Samstagszuschläge

Die Steuerbefreiung von Sonn- und Feiertagszuschlägen ist wichtig und richtig. Die optionale Möglichkeit für Unternehmen der Freizeitwirtschaft, ihren Mitarbeiter*innen auch per Zuschlag die Samstagsarbeit attraktiver zu gestalten, wird durch eine volle Besteuerung der Zuschläge ad absurdum geführt.

Die politischen Positionen des VDFU finden Sie ausführlich im Abschnitt Fokusthema Politik auf Seite 58–62.

Verabschiedung des Reisesicherungsfonds

Reaktion auf Konzernpleite

Am 01. Juli 2021 ist das neue Reisesicherungsfondsgesetz (RSG) in Kraft getreten. Es sieht vor, dass alle Reiseveranstalter mit einem Pauschalreise-Nettoumsatz ab 10 Mio. Euro ab dem November 2021 ihr Insolvenzrisiko verpflichtend über den neu eingeführten Fonds absichern. Ein frei wählbarer Insolvenzschutz (über privatwirtschaftliche Versicherer oder mittels Bankbürgschaft) ist nur noch bei geringerem Pauschalreiseumsatz möglich.

Hintergrund ist die Insolvenz des Reisekonzerns Thomas Cook im September 2019. Aufgrund der Haftungsbeschränkung auf 110 Millionen Euro hatte die Insolvenzversicherung geschädigten Verbrauchern nur einen Bruchteil des entstandenen Schadens ersetzt. Zur Kompensation der Unterdeckung sprang der

Staat ein: Bis April 2021 war 74.000 der 69.000 Fälle bearbeitet und der Bund hatte bereits 103 Mio. Euro ausbezahlt.

Um solche Kosten für den Staat bei künftigen Insolvenzen zu vermeiden und um Europäischen Recht auch auf nationaler Ebene zu entsprechen, hat die Bundesregierung eine Neufassung des Insolvenzschutzgesetzes auf den Weg gebracht.

Das Ziel, den Schutz der Verbraucher gegenüber den Insolvenzrisiken touristischer Dienstleister zu erhöhen, ist zu begrüßen. Die verpflichtende Beteiligung von Freizeitparks am Reisesicherungsfonds bewirkt aber Gegenteiliges. Verbraucher büßen Insolvenzschutz ein. Für Freizeiteinrichtungen entstehende Kosten stehen in keinem Verhältnis zu den Ausfallrisiken.

Bin ich Pauschalreiseanbieter?

Die Zuordnung ist nicht immer einfach. Die Kombination aus zwei Arten von Reiseleistungen kann bereits genügen, um als Pauschalreiseanbieter zu gelten. Es sei denn, eine der beiden Leistungen ist bereits „wesensmäßiger“ Bestandteil einer anderen Reiseleistung. Die Unterbringung in einem Schlafwagen bei einer Zugfahrt ist bspw. bereits wesensmäßiger Bestandteil der eigentlichen Beförderung. Es ist daher keine Pauschalreise. Freizeitparks, die als Eigenleistung Übernachtungsangebote für Inlandstouristen mit dem Parkeintritt kombinieren, gelten hingegen als Pauschalreiseveranstalter. Auch die Kombination des Parkeintritts mit der Anreise führt in der Regel zu dieser Einordnung, da weder die Unterkunft, noch die Anreise als wesensmäßiger Bestandteil der Reiseleistung „Parkbesuch“ sind.



Der VDFU hat zum Jahreswechsel 2020/21 seinen Mitgliedern ein **Webinar zur neuen Rechtslage** im Inlandstourismus angeboten. Rechtsanwalt Sven Gläser, Experte für Reiserecht und DEKRA-zertifizierter Datenschutzbeauftragter des VDFU, klärte die Mitglieder auf und beantwortete Fragen. Wenden Sie sich bei diesbezüglichem Beratungsbedarf an die VDFU-Geschäftsstelle.





Probleme waren bekannt: Markus Tressel war 2021 Mitglied im Tourismusausschuss und Sprecher für Tourismuspolitik und ländliche Räume in der Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen. Er wies auf die großen Unterschiede innerhalb der Reisebranche und damit verbundene Insolvenzrisiken hin. Freizeitparks nannte er bei einer Rede im Bundestag explizit als Beispiel.

Folgeschwere Verallgemeinerung

Risiken, die durch große Reiseveranstalterkonzerne entstehen, sollen von KMU's zulasten Ihrer Kunden abgesichert werden.

Der VDFU hat große Anstrengungen unternommen, um politisches Augenmerk auf zwingend notwendige Nachbesserungen während des Gesetzgebungsverfahrens zu lenken. Auch Anmerkungen anderer gewichtiger touristischer Verbände wurden zu großen Teilen nicht berücksichtigt. Das RSG trat ungeachtet offenkundiger Mängel in Kraft. Auch im kommenden Geschäftsjahr wird daher im Rahmen der Interessenvertretung auf diesen Missstand aufmerksam gemacht und auf entsprechende Korrektur hingewirkt.

Natürlich sind wir enttäuscht, dass wir bisher beim neuen Reisesicherungsfondsgesetz keine Änderung in unserem Sinne erwirken konnten. Die neue Regelung ist sachlich nicht nachvollziehbar, wirtschaftlich völlig unverhältnismäßig und senkt in unserem Fall sogar den Schutz der Verbraucher. Umso unverständlicher ist dieses politische Vorgehen. Ich kann allen betroffenen Mitgliedern versprechen, dass wir weiter energisch auf diesen Missstand aufmerksam machen und auf entsprechende gesetzliche Anpassungen hinwirken.

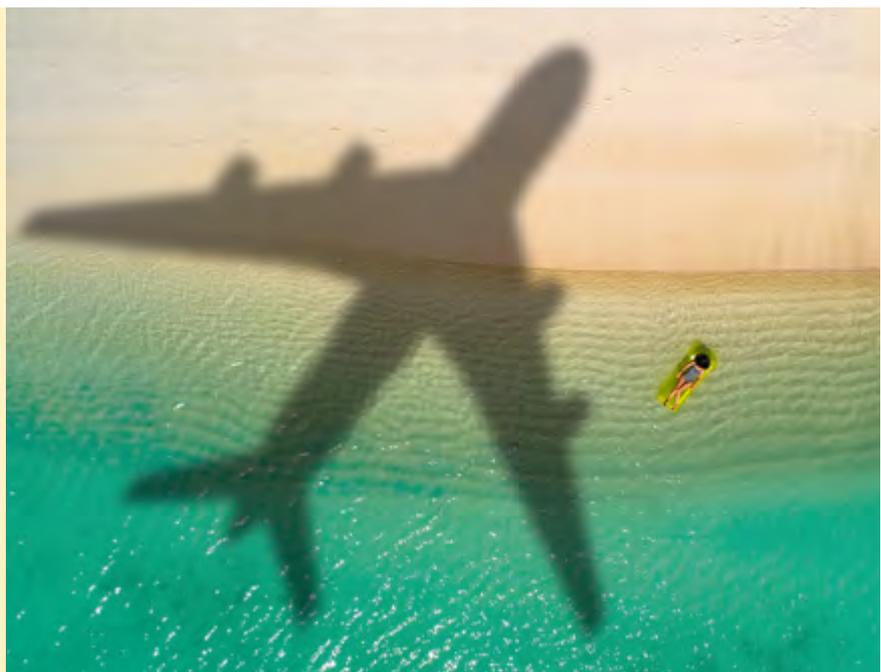
Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen
Präsident VDFU e.V.

Verpflichtender Reisesicherungsfonds für Freizeitparks bedeutet:



- **Verzahnung** der Belastungen durch Versicherungsprämien
- **Massive Mehrkosten** für eine der am gravierendsten betroffenen Branchen in der Corona-Pandemie
- **Zusätzliche Kapitalbindung** in Höhe von 7 % des Umsatzes verhindert Investitionen
- **Haftungsbegrenzung** auf 22 % des Jahresumsatzes löst vollständige Absicherung der Reisenden ab
- **Kein Preisnachlass** durch kombinierte Reiseangebote mehr möglich
- **Kostensteigerung** muss unweigerlich an Verbraucher weitergegeben werden

Abwegige Gleichbehandlung: Während Pauschalreiseanbieter in der Regel reine Dienstleister sind, haben Freizeiteinrichtungen hohes Anlagevermögen und erwirtschaften den Großteil der Umsätze über Tagesbesucher. **Repatriierungskosten** wie ein Rückflug für im wahrsten Wortsinn gestrandete Urlauber spielen eine untergeordnete Rolle.



Neues Mitgliederportal

mein VDFU!



Tätigkeitsbereich	
Sonstiges	15 Ergebnisse
Soft- und Hardwarelösungen	6 Ergebnisse
Hygieneartikel und -konzepte	2 Ergebnisse
Finanzdienstleistung	1 Ergebnis
Versicherungsdienstleistung	1 Ergebnis
Merchandise / Marketing	6 Ergebnisse
Anlagengestaltung	14 Ergebnisse
Gastronomie	14 Ergebnisse
Beratung / Consulting	7 Ergebnisse
Attraktionen	19 Ergebnisse

Möglichkeiten und Funktionen des Mitgliederportals werden konsequent erweitert und optimiert – die neue Suchfunktion ist eine komfortable Lösung

Ein leistungsstarker Verband benötigt ein leistungsstarkes Mitgliederportal. Mit *mein VDFU* stellte der VDFU im Januar 2021 die neue Online-Plattform des Branchenverbands vor.

Als Informations- und Kommunikationsplattform hält *mein VDFU* zahlreiche exklusive Vorteile für Mitglieder bereit:

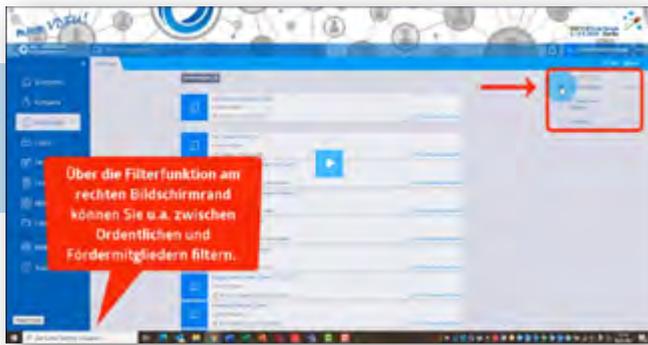
- Alle Informationen zu aktuellen Themen an einem Ort
- Übersicht aller Termine wie Mitgliedertreffen, Online-Seminare oder Schulungen mit unmittelbarer Möglichkeit zur Registrierung
- Aussagekräftige Unternehmensprofile der Fördermitglieder zur einfachen Suche nach Produkten & Dienstleistungen
- Optimierte Zusammenarbeit durch Projekt- und Themengruppen
- Ansprechpartner und Kontaktdaten aller Mitgliedsunternehmen
- Schnelle und direkte Kontaktaufnahme der Mitglieder im Geschäftsnetzwerk
- Interaktion durch Gruppen, Diskussionsforen, Chats
- Dokumente, Videos oder Podcasts übersichtlich archiviert

Als zentrale Informations- und Kommunikationsplattform für alle VDFU-Mitglieder, stellt *mein VDFU* einen Meilenstein in der Entwicklung des Verbandes dar. Mitarbeitende aller Fachbereiche und Hierarchieebenen sollen das Portal zukünftig nutzen.

Zahlreiche Funktionalitäten werden 2022 optimiert bzw. zugänglich gemacht.

Es ist wichtig, dass die Angebote des VDFU schrittweise für Mitarbeitende unterschiedlicher Fachbereiche zugänglich werden. Früher hat sich der Verband im Besonderen an die höchsten Führungsebenen gewandt. Um branchenübergreifende Lösungen zu erwirken und Potenziale, die unser Netzwerk bietet, zu erschließen, müssen wir nicht zuletzt die operativ zuständigen Personen einbeziehen.

Jürgen Gevers
Geschäftsführer VDFU e. V.



Zur Vereinfachung der Handhabung stellte der VDFU verschiedene **Tutorial-Videos** bereit, um die Möglichkeiten zu veranschaulichen. Grundsätzlich ist das Ziel eine möglichst intuitive Gestaltung der Benutzeroberfläche, die kaum Erklärungsbedarf offenlässt.



Alles an einem Ort: Informationen, die der Verband teilt, sind im Portal abrufbar. Alle damit verbundenen Unterlagen stehen zum Abruf und zum Download bereit. Ein „Durchforsten“ des E-Mail-Postfachs ist nicht mehr nötig.

Schon gewusst...?

Mit der **Volltextsuche** lassen sich auf *mein VDFU* nicht nur Personen samt Kontaktdaten oder Unternehmen mühelos finden. Für Betreiber und Einkäufer von Freizeiteinrichtungen war es nie leichter, passende Anbieter für benötigte Produkte und Dienstleistungen zu finden. Einfach das gewünschte Produkt oder Service eintippen und schon erhalten Sie eine **Auswahl an qualifizierten Partnern**. Auch ein Filter des Geschäftsnetzwerks nach Tätigkeitsbereichen ist nun möglich.

Versuchen Sie es selbst!

© Adobe Stock, vovan

Fokusthema Politik





Sprachrohr der Freizeitwirtschaft

Der VDFU vertritt die größten und renommiertesten deutschen Freizeit- und Erlebnisparks, die unter Normalbedingungen jährlich weit über 40 Millionen Besuchern empfangen. Allein die parkeigenen Hotels und Unterkünfte zählen über 4,5 Millionen Übernachtungen. So sichern die Mitglieder des VDFU rund 150.000 mittelbar und unmittelbar Beschäftigten jeglichen Qualifikationslevels ihren Arbeitsplatz. Die Einrichtungen sind von großer Bedeutung für die nationale Volkswirtschaft, den Arbeitsmarkt sowie den inländischen und ausländischen Tourismus.

Die Branche hat sich in den letzten Jahren enorm weiterentwickelt. Leistungsangebote sind komplexer, die Bedeutung als Kurzurlaubsdestination steigt kontinuierlich. Die größtenteils familiengeführten Freizeiteinrichtungen haben sich unternehmerisch allen Herausforderungen gestellt. Auf externe Faktoren, die über Auswirkungen der Corona-Pandemie, den Arbeitskräftemangel bis hin zur öffentlichen Verkehrsinfrastruktur reichen, können die Betriebe ungeachtet des hohen Einflusses auf den Geschäftserfolg selbst kaum Einfluss nehmen.

Die neue Bundesregierung muss sich im Rahmen ihrer Zuständigkeiten ihrer Verantwortung annehmen. Die Politik muss sich klar zu ihrer nationalen Verantwortung für den Tourismus bekennen. Mit geschärftem Profil formuliert der VDFU im Namen der Branche zentrale politischen Forderungen.



Ermäßigter Mehrwertsteuersatz auf Speisen

In vielen Freizeiteinrichtungen ist das gastronomische Angebot wichtiger Leistungsbestandteil. Die temporäre Absenkung der Mehrwertsteuer auf den inhäusigen Verzehr von Speisen hat sich als wirksame Maßnahme zur Stabilisierung gastronomischer Betriebe in der Pandemie erwiesen. Doch weder ist diese vorüber, noch sinken in der Folge die wirtschaftlichen Herausforderungen. Explosionsartige Entwicklungen von Energiekosten oder Lebensmittelpreisen bei gleichzeitig sinkender Kaufkraft der Verbraucher machen die Beibehaltung der Entlastung des ermäßigten Mehrwertsteuersatzes auf Speisen zwingend erforderlich.

Der VDFU fordert die generelle Anwendung des ermäßigten Mehrwertsteuersatzes auf vor Ort verzehrte Speisen in Freizeit- und Erlebniseinrichtungen.



Befreiung von Freizeiteinrichtungen von der verpflichtenden Beteiligung am Reisesicherungsfonds

Das 2021 verabschiedete Reisesicherungsgesetz (RSG) soll Konsumenten im Fall der Insolvenz von Pauschalreiseveranstaltern schützen. Sowohl das Schadensrisiko (z. B. Repatriierungskosten oder geleistete Anzahlungen) als auch die Schadenswahrscheinlichkeit (Ausfallrisiko) werden berücksichtigt. Freizeiteinrichtungen mit

eigenem Beherbergungsangebot als Nebengeschäft zum Parkbetrieb (Campingplatz, Bungalow, Hotel etc.) werden Konzernen wie TUI oder DERTOUR gleichgestellt. Dass sie keine Repatriierungsrisiko bergen, die Ausfallrisiken signifikant geringer sind und sie entgegen klassisch dienstleistenden Reiseveranstaltern über ausreichend Sachwerte verfügen, um Kundengelder abzusichern, bleibt gänzlich unberücksichtigt.

Der VDFU fordert die sachgerechte Unterscheidung von Reiseveranstaltern, und die Möglichkeit, den Insolvenzschutz von Freizeit- und Erlebniseinrichtungen wie bisher ungeachtet des Umsatzvolumens über einen privaten Versicherer oder eine Bankbürgschaft sicherzustellen.



Anwendung des ermäßigten Umsatzsteuersatzes auf Eintrittsentgelte

Freizeit- und Erlebniseinrichtungen in Deutschland sind nachteilig von wettbewerbsverzerrenden steuerlichen Regelungen betroffen. Konkurrierende Vergnügungseinrichtungen wie bspw. Kinos, Zoos, Museen, Jahrmärkte oder Schwimmbäder profitieren vom ermäßigten Umsatzsteuersatz, während Freizeitparks Erlöse aus Eintrittskarten zum vollen Regelsteuersatz versteuern. Die steuerliche Schlechterstellung wiegt umso schwerer, da viele der genannten Anbieter Finanzmittel oder indirekte Förderung der öffentlichen Hand erhalten. Während alle Nachbarländer Deutschlands Freizeitparks anderen Vergnügungsrichtungen gegenüber steuerlich gleichstellen, ist Deutschland die unrühmliche Ausnahme einer sachunbegründeten Unterscheidung. Signifikante Standortnachteile gegenüber ausländischen Wettbewerbern sind die Folge. Investitionen internationaler Unternehmen bleiben in Deutschland weitgehend aus. Neu- und Ausbauten erfolgen bevorzugt im benachbarten Ausland.

Der VDFU fordert bei Eintrittsentgelten die steuerliche Gleichstellung mit anderen Freizeitangeboten sowie die Auflösung der steuerlichen Benachteiligung gegenüber Wettbewerbern im EU-Ausland.



© Adobe Stock, jagon

Reduzierte Mehrwertsteuer

Die Freizeitwirtschaft profitiert – Vergnügungsparks ausgenommen: Deutschland setzt die Richtlinie zur reduzierten Mehrwertsteuer vom Rat der Europäischen Union Nachteil der Freizeit- und Erlebnisparks um. Seit Jahren macht der Branchenverband auf die steuerliche Ungleichbehandlung seiner Mitglieder aufmerksam. Der VDFU greift das Thema nun erneut aktiv auf und geht in die Offensive. Zu groß ist der wirtschaftliche Druck auf die Mitgliedsunternehmen, zu intensiv die Konkurrenz mit steuerrechtlich bevorzugten Wettbewerbern. Mit der neuen Regierungskoalition ist die Hoffnung verbunden, eine sachliche und neue Bewertung der Regelung erwirken. Doch auch der Rechtsweg scheint nicht mehr ausgeschlossen.

Punkt 7: Eintrittsberechtigung für Veranstaltungen, Theater, Zirkus, Jahrmärkte, Vergnügungsparks, Konzerte, Museen, Tierparks, Kinos und Ausstellungen sowie ähnliche kulturelle Ereignisse und Einrichtungen

Auszug aus dem Verzeichnis der Lieferungen von Gegenständen und Dienstleistungen, auf die ermäßigte MwSt-Sätze gemäß Art. 98 angewandt werden können; Richtlinie 2006/112/EG des Rates über das gemeinsame Mehrwertsteuersystem



Bedarfsgerechte Flexibilisierung im Arbeitszeitgesetz

Der VDFU plädiert für eine praxisorientierte Anpassung des Arbeitszeitgesetzes. Abhängigkeiten der Freizeitwirtschaft von Witterung, Schulferien und Events machen eine flexible Planung von Dienstplänen zwingend erforderlich. Insbesondere der akute Arbeitskräftemangel lässt flexible Reaktionen durch kurzfristige Neueinstellungen nicht zu. Jahresarbeitszeitkonten helfen Mitarbeiter*innen gezielt in Stoßzeiten bzw. -perioden einzusetzen. Diese würden im Jahresverlauf bei konstanter Entlohnung von arbeitsfreien Zeiträumen abgelöst werden. Der regelmäßige Bezug von ALG1 während der Schließmonate wäre obsolet, eine konstante Beitragszahlung in die Sozialversicherungen gewährleistet.

Der VDFU fordert die Einführung von Jahreskonten für die Arbeitszeit, die eine flexible Aufteilung geleisteter Stunden entsprechend der Auslastung ermöglichen.



Steuerbefreiung für überlassenen Wohnraum im Saisongeschäft

Der Arbeitskräftemangel ist die aktuell größte Herausforderung der Freizeitwirtschaft. Insbesondere im ländlichen Raum stehen durch demographischen Wandel, Landflucht und mangelhafte Infrastruktur oftmals nur unzureichend regionale Arbeitskräfte zur Verfügung. Zahlreiche Betriebe investieren bereits stärker in Mitarbeiterunterkünfte als Freizeitangebote, um den Bedarf mithilfe überregionaler Beschäftigter zu decken. Doch gerade geringqualifizierte Arbeitskräfte im unteren Einkommenssegment trifft eine Besteuerung überproportional hart, sodass sie Saisonarbeit im benachbarten Ausland bevorzugen, wo Mitarbeiterunterkünfte für Saisonkräfte nicht steuerbar sind.

Der VDFU fordert die Steuerbefreiung des für Saisonkräfte überlassenen Wohnraums. Die Attraktivität der Beschäftigung im ländlichen Raum muss durch Anreize gesteigert werden können, um den Betrieb im Sinne der Regionen aufrechterhalten zu können.



Erhöhung der Zeitgrenzen für kurzfristige Beschäftigung

Kurzfristige Beschäftigung ist grundsätzlich auf maximal drei Monate oder sieben Arbeitstage begrenzt. Insbesondere für Rentner hat die Verlängerung der Zeitgrenzen positive Auswirkungen, die grundlegenden Problemen entgegenwirken. Bundesweit sind über 20 Prozent der Rentner von Altersarmut betroffen. Nicht zuletzt aus diesem Grund kletterte von 2006 bis 2019 der Anteil Erwerbstätiger zwischen 65 und 69 Jahren von 6,6 auf 17,9 Prozent. Jeder sechste unbeschäftigte Rentner gibt an, gerne wieder eine Erwerbsarbeit aufzunehmen, was sich maßgeblich im sozialen Aspekt begründet. Rund 90 Prozent der erwerbstätigen Rentner haben Spaß bei der Arbeit und wünschen sich den Kontakt zu anderen Menschen bzw. eine Aufgabe. Dem gesteigerten Bedürfnis und der gesteigerten Notwendigkeit zur Erwerbstätigkeit von Rentnern steht bei Rückkehr zu alten Zeitgrenzen die Verknappung des Angebots gegenüber.

Der VDFU fordert die Erhöhung der Zeitgrenzen kurzfristiger Beschäftigung auf sechs Monate bzw. 140 Arbeitstage aus sozialen wie wirtschaftlichen Gründen. Die erhöhte Flexibilität ist notwendig, um auf dem angespannten touristischen Arbeitsmarkt konkurrenzfähig zu bleiben. Rentner erhalten durch die Beschäftigung im Saisongeschäft die Möglichkeit zur sozialen Teilhabe und eigenständigen Schließung von Versorgungslücken der gesetzlichen Rentenversicherung.

Quellen: Der Paritätische Gesamtverband/Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit



Ausbau der Verkehrsinfrastruktur (ÖPNV) im ländlichen Raum

Der Anschluss touristischer Einrichtungen an die Verkehrsinfrastruktur ist aus wirtschaftlichen, sozialen und klimapolitischen Gründen notwendig. Eine fehlende Anbindung von Freizeiteinrichtungen an den ÖPNV macht die Teilhabe ganzer Bevölkerungsgruppen unmöglich. Der Anteil an Personengruppen ohne eigenen PKW steigt kontinuierlich an, fast die Hälfte der

Stadtbevölkerung verlässt sich mittlerweile auf Alternativen. In der Konsequenz mehren sich auch Berichte aus den Freizeiteinrichtungen über sinkende Zahlen junger Beschäftigter und Auszubildender aufgrund mangelnder Erreichbarkeit der Arbeitsstelle mit dem ÖPNV. Um notwendige klimapolitische Ziele zu erreichen, müssen Alternativen zur Anreise mit motorisiertem Individualverkehr geschaffen werden, der von der Allgemeinheit zu tragende Kosten von ca. 110 Mrd. EUR pro Jahr verursacht. Fast ein Drittel aller Fahrten begründen sich im Freizeitverkehr, rund zwanzig Prozent beruflich.

Um für alle Bevölkerungsgruppen als Freizeitangebot und Arbeitgeber erreichbar zu sein, muss die öffentliche Infrastruktur insbesondere im ländlichen Raum sichergestellt und ausgebaut werden. Dies gilt für den Individualverkehr, den Fernverkehr wie im Besonderen den ÖPNV. Auch für das Erreichen klimapolitischer Ziele muss die Abhängigkeit vom motorisierten Individualverkehr so reduziert werden.

Quellen: Deutsches Institut für Urbanistik/Umweltbundesamt



Bürokratieabbau für ausländische Beschäftigte

Deutschland benötigt rund 400.000 Zuwanderer pro Jahr, um Lücken auf dem Arbeitsmarkt zu kompensieren. Durch die demographische Entwicklung nimmt die Zahl potenzieller Arbeitskräfte jährlich um fast 150.000 ab. Jeder dritte Arbeitslose in Deutschland hat derzeit einen Migrationshintergrund. Die Vermittlung sprachlicher und berufsbezogener Kompetenzen muss für Zugewanderte wie für Geflüchtete mit Bleibeperspektive gestärkt, die Fachkräftesicherung für Unternehmen der Tourismuswirtschaft intensiviert werden. Das Bundesministerium des Innern stellt fest, dass Zuwanderung nur im wechselseitigen Prozess gelingen kann. Die Eingliederung in den Arbeitsmarkt und die Möglichkeit zur Teilhabe durch Beschäftigung sind Voraussetzungen für Gemeinschaftsgefühl und gelungene Integration.

Der VDFU fordert effiziente bürokratische Voraussetzungen für eine schnelle Eingliederung zugewanderter Arbeitskräfte. Sowohl für Fach- als auch Saisonkräfte müssen Hürden und Bearbeitungszeiten von Anträgen zur Beschäftigung signifikant abgebaut werden.

Quellen: Handelsblatt GmbH/Konrad-Adenauer-Stiftung



Politische Positionen: In einem Handout, das sich inhaltlich im Besonderen an politische Entscheidungsträger*innen richtet, bündelt der VDFU Informationen zu Branche und Verband. Die politischen Positionen sind ansprechend aufbereitet und inhaltlich schlüssig dargestellt.

Der Ausschuss für Tourismus

Eine Vielzahl der Entscheidungen des Deutschen Bundestages wird maßgeblich in Ausschüssen vorbereitet. Vom Plenum überwiesene Vorlagen werden hier beraten und verhandelt. Der Ausschuss für Tourismus ist seit 1998 dauerhaft eingerichtet und hat die Möglichkeit, eigene Schwerpunkte in der parlamentarischen Debatte zu setzen.

Die Freizeitwirtschaft berührt wie der gesamte Tourismus als Querschnittsbranche zahlreiche Politikfelder. So liegen verkehrs- und wirtschaftspolitische Schnittmengen ebenso vor wie bspw. zum Ministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. Hinzukommt die föderale Struktur der Tourismuspolitik. Gestaltung und Entwicklung touristischer Rahmenbedingungen obliegen dem Bund. Unmittelbare Planung, Ausführung und Förderung liegen hingegen im Aufgabenbereich der Länder.

Was eine konzentrierte Interessenvertretung erschwert, macht den Tourismus für Regionen so wertvoll. Auswirkungen auf andere Wirtschaftszweige wie Einzelhandel, Gastgewerbe, Energieerzeuger, Bauunternehmen u.v.m. sichern Einkommen und nicht verlagerbare Arbeitsplätze.

Daraus resultiert die hohe Bedeutung des Ausschusses für Tourismus, der alle für den Tourismus und damit für die Freizeitwirtschaft relevanten Themen bündelt. Vertreten sind Abgeordnete aller Fraktionen entsprechend den Mehrheitsverhältnissen im Deutschen Bundestag. Wir stellen Ihnen die Mitglieder im Ausschuss für Tourismus der 20. Legislaturperiode der Bundesrepublik Deutschland vor.

Die Vielfalt der Ausschussarbeit zeigt sich sehr deutlich, wenn man einen Blick auf die Tagesordnungen der Sitzungen und ihre Gästelisten wirft. So beschäftigen sich die Mitglieder regelmäßig mit dem Fachkräftemangel in Deutschland und dessen Auswirkungen auf die Tourismusbranche. Auch das Thema Barrierefreiheit entlang der gesamten Reisekette beschäftigt den Ausschuss in regelmäßigen Abständen. (...) Kurzum: Immer wenn es um den Tourismus in Deutschland geht, ist der Tourismusausschuss gefragt.

Der Ausschuss für Tourismus
Deutscher Bundestag,
Referat Öffentlichkeitsarbeit





Jana Schimke CDU/CSU Brandenburg

Vorsitzende des Tourismus-
ausschuss im Deutschen Bundestag

- Diplom-Politikwissenschaftlerin
- Wahlkreis 062 Dahme-Spreewald – Teltow-Fläming III – Oberspreewald-Lausitz I

Jana Schimke stammt aus der Spreewaldregion und ist seit 2013 Bundestagsabgeordnete. Sie ist Mitglied im Ausschuss für Arbeit & Soziales und im Vorstand des Parlamentskreises Mittelstand. Zum zweiten Mal wurde sie als stellvertretende Vorsitzende der Mittelstands- und Wirtschaftsunion von CDU und CSU (MIT) wiedergewählt. Schimke ist Botschafterin des Naturparks Dahme-Heideseen und regelmäßig in der Region unterwegs, um sich über umweltpolitische Fragen zum Erhalt der Kulturlandschaft oder Möglichkeiten touristischer Förderung zu informieren. Den Tourismus sieht sie als erheblichen Wirtschaftszweig, der gute parlamentarische Initiativen benötigt, um politisch wieder gestärkt zu werden.

3 Fragen

des VDFU an Jana Schimke

Wann und wo war Ihr letzter Besuch in einer Freizeiteinrichtung?

Das war bei unserem Familienurlaub in Österreich im Herbst letzten Jahres. Wir besuchten dort u. a. die Burgenwelt Ehrenberg. Es war ein spannender und unterhaltsamer Besuch, der mit einem sehr köstlichen Essen im angrenzenden Restaurant Salzstadel endete. Ansonsten sind wir aber auch öfter im Cottbusser Tierpark oder einem der Dinosaurier-Parks in Brandenburg und Sachsen.

Haben Sie eine besondere Erinnerung aus der Kindheit oder der jüngeren Vergangenheit, die Sie mit einer Freizeit- oder Erlebniseinrichtung in Verbindung bringen?

Oh ja, ich erinnere mich noch an unseren ersten Besuch eines Freizeitparks nach der Wende. Das war zu Beginn der 90er Jahre im Europa-Park in Rust. Für uns Kinder waren die überdimensionierten Figuren und die Vielzahl an Achterbahnen ein tolles und völlig neues Erlebnis.

Die Behandlung welcher tourismuspolitischen Themen ist Ihnen ein besonderes Anliegen?

Die Tourismuswirtschaft erlebt gerade eine historische Krise. Zwei Jahre Umsatzeinbrüche, Besucherrückgänge und Abhängigkeit von staatlichen Hilfen bringen das gesündeste Unternehmen in Schwierigkeiten. Tourismus lebt von der Begegnung. Deshalb wird es darauf ankommen, den Menschen in dieser Branche das Arbeiten wieder zu ermöglichen und Corona zu überwinden. Wenn das gelungen ist, kommt es natürlich darauf an, zu alter Stärke zurückzukehren. Ich persönlich setze mich seit langem für gute Rahmenbedingungen durch Bürokratieabbau und überschaubare Steuer- sowie Abgabenlasten ein. Der regelmäßige Austausch mit der Branche stellt sicher, dass neue Ideen für künftige Geschäftsfelder und Zielgruppen auch Zugang in politische Entscheidungsebenen finden.



© Photothek

Gülistan Yüksel
SPD
Nordrhein Westfalen

Stellvertretende Vorsitzende
des Tourismusausschuss
im Deutschen Bundestag

- Apothekenhelferin
(jetzt Pharmazeutisch-
kaufmännische Angestellte)
- Wahlkreis 109 Mönchengladbach

Gülistan Yüksel lebt in Mönchengladbach und engagierte sich dort früh ehrenamtlich. Von 1997 bis 2013 war sie Vorsitzende des Integrationsrats der Stadt, dem sie als beratendes Mitglied die Treue hält. 2007 wurde Yüksel in dieser Funktion das Bundesverdienstkreuz am Bande durch den damaligen Bundespräsidenten Horst Köhler verliehen. Sie ist seit 2018 im Fraktionsvorstand und stellvertretende Sprecherin der Arbeitsgruppe Migration/Integration. Yüksels tourismuspolitische Schwerpunktthemen sind Kinder- und Jugendtourismus, Familienurlaub, soziale Verantwortung im Tourismus sowie auswärtige und EU-Tourismuspolitik.



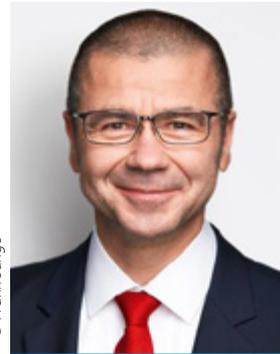
© Photothek

Rita Hagl-Kehl
SPD
Bayern

Ordentliches Mitglied des
Ausschusses für Tourismus

- Studienrätin
- Wahlkreis 227 Deggendorf

Rita Hagl-Kehl wurde in Porz am Rhein geboren und ist seit 2013 Mitglied des Deutschen Bundestages. In der vorgehenden Legislaturperiode war sie Parlamentarische Staatssekretärin bei der Bundesministerin der Justiz und für Verbraucherschutz. Derzeit ist sie als Agrarpolitikerin zudem im Ausschuss für Ernährung und Landwirtschaft. Seit 2017 ist sie Bezirksvorsitzende der SPD-Niederbayern. Hagl-Kehl setzt sich ausdrücklich für die Stärkung des ländlichen Raumes ein. Auch die Stärkung der Infrastruktur im Hinblick auf Verkehrswege und Breitbandausbau in ihrer Heimat Niederbayern sind ihr ein Anliegen.



© Frank Junge

Frank Junge
SPD
Mecklenburg Vorpommern

Ordentliches Mitglied des
Ausschusses für Tourismus

- Diplom-Sportlehrer
- Wahlkreis 013 Ludwigslust-Parchim II – Nordwestmecklenburg II – Landkreis Rostock I

Frank Junge ist in Halle (Saale) geboren und seit Oktober 2013 Mitglied des Deutschen Bundestages. Seit 2017 ist er zudem Mitglied des Landesvorstandes der SPD Mecklenburg-Vorpommern. Als Pressesprecher und Leiter des Amtes für Presse, Tourismus und Stadtmarketing der Hansestadt Wismar ist er seit 2001 tätig. Junge wohnt mit seiner Familie im Wahlkreis in Wismar und vertritt die Überzeugung, dass man nur vor Ort die Sorgen und Bedürfnisse der Menschen erfassen kann. Den Tourismus schreibt er gerade in Mecklenburg-Vorpommern mit Blick auf Wertschöpfung und Arbeitsplätze enorme Bedeutung zu. Im Besonderen die Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur sieht Junge als notwendig an.

3 Fragen

des VDFU an Stefan Zierke

Wann und wo war Ihr letzter Besuch in einer Freizeiteinrichtung?

Das war der Besuch des Dominikanerklosters bei mir vor Ort in Prenzlau. Das Kloster beherbergt in seinen Mauern das Kulturhistorische Museum mit wechselnden Ausstellungen, das Historische Stadtarchiv und die Stadtbibliothek.

Haben Sie eine besondere Erinnerung aus der Kindheit oder der jüngeren Vergangenheit, die Sie mit einer Freizeit- oder Erlebniseinrichtung in Verbindung bringen?

Für mich sind Freizeiteinrichtungen oder Erlebnisparks immer ein kleines Paradies, wo das „Kind im Manne“ rauskommt. Verbunden mit ganz viel Spaß, tollem Essen und Trinken und am Ende des Tages mit ganz vielen Glücksgefühlen einzuschlafen.

Die Behandlung welcher tourismuspolitischen Themen ist Ihnen ein besonderes Anliegen?

Ich weiß, dass die Tourismus-Branche nach über zwei Jahren Corona auf uns baut. Seien es die vielen Leistungsträger wie Schausteller oder Freizeitwirtschaft, Hotellerie und Gastgewerbe, Busunternehmen, Dienstleister oder auch die zahlreichen Beschäftigten. Die SPD hat den Anspruch, für alle Akteure in dieser vielfältigen Branche da zu sein und sie zukunftsfest zu machen. Dafür setze ich mich ein. Dazu gehören auch 12 Euro Mindestlohn, wovon Beschäftigte, zukünftige Fachkräfte und Betriebe profitieren und eine Modernisierung im Bereich der Digitalisierung.



© Stefan Zierke / Maximilian König

Stefan Zierke **SPD** **Brandenburg**

- Tourismuspolitischer Sprecher sowie Tourismus-Obmann der SPD-Bundestagsfraktion
- Ordentliches Mitglied des Ausschusses für Tourismus
- Werkzeugmacher, Reiseverkehrskaufmann, Tourismusfachwirt
- Wahlkreis 057 Uckermark – Barnim I

Stefan Zierke ist in Prenzlau geboren, Mitglied im Vorstand der SPD Brandenburg und Sprecher der Brandenburger SPD-Bundestagsabgeordneten. Der naturverbundene Tourismusfachwirt ist Geschäftsführer des Tourismusverbandes Uckermark und der Tourismus Marketing Uckermark GmbH. Am 01. März 2022 wählte die Mitgliederversammlung in Potsdam den Bundestagsabgeordneten als neuen Präsidenten des BVCD e.V. Als tourismuspolitischer Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion möchte Zierke eine starke Stimme für den Tourismus in der Bundespolitik sein.

© Daniel Schneider/Maximilian König



Daniel Schneider
SPD
Niedersachsen

Ordentliches Mitglied des
Ausschusses für Tourismus

- Kulturveranstalter
- Wahlkreis 029 Cuxhaven –
Stade II

Daniel Schneider ist diplomierter Kommunikations- und Marketingwirt, der bereits zahlreiche Tätigkeiten für Agenturen im Event- und Kommunikationsbereich übernommen hat. Schneider ist Gründer und langjähriger Geschäftsführer des DEICHBRAND-Festivals. Er ist stellvertretender Sprecher der AG Kultur und Medien seiner Bundestagsfraktion und im Ausschuss für Kultur und Medien. Der Ausbau erneuerbarer Energien ist für Schneider unverzichtbar und für ihn zugleich große Chance, um mithilfe klimafreundlicher Technologien Innovationen und Arbeitsplätze zu schaffen.

© photothek.net



Lena Werner
SPD
Rheinland Pfalz

Ordentliches Mitglied des
Ausschusses für Tourismus

- Projektmanagerin
- Wahlkreis 202 Bitburg

Lena Werner hat 2019 ein duales Studium im Fach Tourismuswirtschaft mit dem Schwerpunkt Eventmanagement abgeschlossen und parallel die Prüfung zur IHK-Hotelfachfrau abgelegt. Im Eventbereich war sie in der Folge für die Deutsch-Amerikanische Außenhandelskammer und die Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) tätig. Im Rahmen der deutschen EU-Ratspräsidentschaft organisierte Werner mehrere hochrangige digitale Veranstaltungen für das Ministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. Sie möchte politisches Vorbild im Besonderen für junge Mädchen und Frauen sein und als Vermittlerin zwischen den Generationen agieren.

© Heike Brehmer/Foto-Objekt-Design



Heike Brehmer
CDU/CSU
Sachsen-Anhalt

Ordentliches Mitglied des
Ausschusses für Tourismus

- Diplom-Betriebswirtin (FH)
- Wahlkreis 068 Harz

Heike Brehmer ist bereits seit 1989 Mitglied der CDU. Seit 2013 ist sie Mitglied des Deutschen Bundestages, wo sie von 2014 bis 2017 den Vorsitz des Tourismusausschusses innehatte und von 2018 bis 2021 Parlamentarische Geschäftsführerin der CDU/CSU-Bundestagsfraktion war. Brehmer ist Mitglied im Vorstand der Deutschen Parlamentarischen Gesellschaft (DPG) und zudem in zahlreichen Ehrenämtern aktiv. Sie ist u. a. im Flüchtlingsbeirat der katholischen Kirche und Botschafterin für den Naturpark Harz. Brehmer sieht gute digitale Infrastruktur von entscheidender Bedeutung, um den ländlichen Raum zukunfts- und wettbewerbsfähig zu machen.

© Deutscher Bundestag / Inga Haor



Michael Donth
CDU/CSU
Baden-Württemberg

- Tourismus-Obmann der CDU/CSU-Bundestagsfraktion
- Ordentliches Mitglied des Ausschusses für Tourismus
- Diplom-Verwaltungswirt
- Wahlkreis 289 Reutlingen

Michael Donth ist seit 2013 Mitglied des Deutschen Bundestages. Als Mitglied im Ausschuss für Verkehr ist er u. a. Berichterstatter für die Bahn sowie den ÖPNV, Taxen und Fernbusse. Neben seiner Funktion im Tourismusausschuss ist er Vorsitzender des fraktionsübergreifenden Parlamentskreises Biosphärenreservate im Deutschen Bundestag. Laut Donth leistet eine zukunftsfähige Tourismusbranche im ländlichen Raum wesentlichen Beitrag zur Steigerung der Lebensqualität. Ein Beispiel sieht er in Busunternehmen, die neben Urlaubs- und Ausflugsfahrten den Schüler- und Linienverkehr sicherstellen. Ohne das touristische Standbein bestünde hohe Gefahr für die sichere und ökologische Mobilität im ländlichen Raum.

© Anja Karliczek / Claudia Feldmann



Anja Karliczek
CDU/CSU
Nordrhein-Westfalen

- Tourismuspolitische Sprecherin der CDU/CSU-Bundestagsfraktion
- Ordentliches Mitglied des Ausschusses für Tourismus
- Diplom-Kauffrau
- Wahlkreis 128 Steinfurt III

Anja Karliczeks politischer Weg begann 1998, als sie über die Junge Union in die CDU eintrat. Im Jahr 2003 begann sie ein Fernstudium der Betriebswirtschaftslehre, das sie 2008 als Diplom-Kauffrau abschloss. Anfang 2017 bis März 2018 war sie Parlamentarische Geschäftsführerin der CDU/CSU-Bundestagsfraktion und im Anschluss bis Ende 2021 Bundesministerin für Bildung und Forschung. Karliczek stellte jüngst klar, dass der Tourismus faire, langfristig verlässliche, flexible und konkurrenzfähige politische Rahmenbedingungen benötigt. Um sich gegen die ausländische Konkurrenz auf dem Weltmarkt zu positionieren, sei die Bereitstellung entsprechender Mittel erforderlich.

© Deutscher Bundestag / Inga Haor



Paul Lehrieder
CDU/CSU
Bayern

- Ordentliches Mitglied des Ausschusses für Tourismus
- Rechtsanwalt
- Wahlkreis 251 Würzburg

Paul Lehrieder ist seit 2005 Mitglied des Deutschen Bundestages. Er ist Mitglied im Fraktionsvorstand der CDU/CSU-Bundestagsfraktion sowie Vorsitzender und Sprecher der Arbeitsgruppe Tourismus der CDU/CSU-Fraktion, die sich an der Ausarbeitung der im Koalitionsvertrag vereinbarten nationalen Tourismusstrategie des Bundes beteiligt. Lehrieders erklärtes Ziel ist die Verbesserung der Rahmenbedingungen für die mittelständisch geprägte Tourismuswirtschaft mit dem Schwerpunkt der Stärkung des ländlichen Raums, den er als ein Motor der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung sieht. Die Kontaktpflege mit Vereinen und Verbänden zählt er zu seinen Aufgaben. Seit 2016 ist er Präsident der Bundesvereinigung Deutscher Musikverbände (BDMV).

© Stefan Kaminski



Matthias Gastel **Bündnis 90/Die Grünen** **Baden-Württemberg**

Ordentliches Mitglied des
Ausschusses für Tourismus

- Kaufmann im Groß- und Außenhandel, Diplom-Sozialpädagoge (FH), Diplom-Kaufmann (FH)
- Wahlkreis 262 Nürtingen

Matthias Gastel ist bereits seit 1989 Mitglied der Grünen und war Mitbegründer der Grünen Jugend (damals GAJ) Baden-Württemberg. Mit der Erfahrung von 20 Jahren engagierter Kommunalpolitik und einem breiten beruflichen Hintergrund aus sozialer Arbeit, freier Wirtschaft und Selbstständigkeit tritt er für die ökologische und soziale Verkehrswende ein. Ressourceneffizienz, Recycling, erneuerbare Energien und der Abschied vom Öl insbesondere im Energie- und Verkehrssektor sind für Gastel wichtige Faktoren, um Wirtschaft, Arbeit sowie notwendigen Umweltschutz in Einklang zu bringen.

© Karoline Otte / Stefan Kaminski



Karoline Otte **Bündnis 90/Die Grünen** **Niedersachsen**

- Tourismus-Obfrau der Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen
- Ordentliches Mitglied des Ausschusses für Tourismus
- Kreisinspektorin
- Wahlkreis 052 Goslar – Northeim – Osterode

Karoline Otte ist in Göttingen geboren und seit über 10 Jahren bei den Grünen und ihrer Jugendorganisation aktiv. Zur Bundestagswahl wurde sie als Spitzenkandidatin der Grünen Jugend aufgestellt. Otte kämpft für konsequenten Klimaschutz, ein solidarisches Gesundheitswesen und die gleichberechtigte Gesellschaft. Die Tourismuswirtschaft sieht sie insbesondere in strukturschwachen Regionen als wichtigen Arbeitgeber, von dem zahlreiche andere Einrichtungen und Wirtschaftszweige abhängen. Die sozial-ökologische Transformation im Tourismusbereich möchte sie ebenfalls gezielt vorantreiben.

© Deutscher Bundestag / Inga Haarkoglin



Stefan Schmidt **Bündnis 90/Die Grünen** **Bayern**

- Tourismuspolitischer Sprecher der Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen
- Ordentliches Mitglied des Ausschusses für Tourismus
- Lehrer
- Wahlkreis 233 Regensburg

Nach Abitur und Zivildienst in der stationären Altenpflege absolvierte Stefan Schmidt das Lehramtsstudium an der Universität Regensburg. Bis 2013 ging er der Lehrtätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Regensburg in den Bereichen Sozialkunde- und Arbeitslehredidaktik nach. Er war bis 2021 Sprecher für Kommunal Finanzen der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen und im 3. Untersuchungsausschuss (Wirecard) sowie im Ausschuss für Ernährung und Landwirtschaft. Schmidt möchte finanzierbare Rahmenbedingungen zugunsten eines ökologisch vertretbaren und wirtschaftlich tragbaren Tourismus realisieren.



Nico Tippelt
FDP
Sachsen

**Tourismus-Obmann der
 FDP-Bundestagsfraktion**

- **Diplom-Musikpädagoge**
- **Wahlkreis 165 Zwickau**

Nico Tippelt ist Diplompädagoge in einer Musikschule und hat eine eigene Band. Kindern und Jugendlichen die Welt der Musik nahezu bringen beschreibt er als erfüllende Aufgabe. 2001 trat er für „Freiheit, Weltoffenheit und Bürgerrechte“ in die FDP ein. Von 2009 bis 2014 war er Abgeordneter des Sächsischen Landtages sowie hochschul-, wissenschafts-, kultur- und kirchenpolitischer Sprecher der FDP-Landtagsfraktion. Tippelt möchte dazu beitragen, das Land zu modernisieren. Dazu zählen für ihn u. a. ein Einwanderungsrecht nach kanadischem Vorbild, wirkungsvoller Klimaschutz und erhöhte Entscheidungskompetenz auf kommunaler Ebene.

3 Fragen

des VDFU an Nico Tippelt

Wann und wo war Ihr letzter Besuch in einer Freizeiteinrichtung?

Mein letzter Besuch war zum Ende der Saison mit meinen Jungs im Freizeitpark Plohn im Vogtland/Sachsen. Sie lieben diesen sehr individuellen, liebevoll angelegten Freizeitpark mit vielen spannenden Elementen.

Haben Sie eine besondere Erinnerung aus der Kindheit oder der jüngeren Vergangenheit, die Sie mit einer Freizeit- oder Erlebniseinrichtung in Verbindung bringen?

Besonders beeindruckt haben meine Jungs und mich auch der Saurierpark Kleinwelka, der PLAYMOBIL FunPark bei Nürnberg, Tropical Islands sowie Karls Erlebnisdörfer an der Ostsee.

Die Behandlung welcher tourismuspolitischen Themen ist Ihnen ein besonderes Anliegen?

2022 macht Hoffnung für die Aussicht auf ein Leben nach der Pandemie. Besonderes Anliegen ist für mich natürlich die Wiederbelebung des Tourismus in und nach Deutschland in allen seinen Facetten. Für mich persönlich als Abgeordneter aus den neuen Bundesländern ist es wichtig, zukünftig auch einen starken Fokus auf den ländlichen Raum und seine einzigartigen Angebote zu legen. Auch sollten noch immer zu wenig bekannte Kulturstätten in Ostdeutschland stärker im In- und Ausland beworben werden. Weiterhin sind UNESCO-Welterbestätten und Global Geoparks als touristische Attraktionen unterrepräsentiert. Der Freizeitwirtschaft insgesamt wird eine besondere Rolle auch als Wirtschaftsfaktor für ganz Deutschland zu kommen.

© Reginald Hanke / Maximilian Dedden



Reginald Hanke FDP Thüringen

Ordentliches Mitglied des
Ausschusses für Tourismus

- Malermeister
- Wahlkreis 195 Saalfeld-Rudolstadt – Saale-Holzland-Kreis – Saale-Orla-Kreis

1973 begann Reginald Hanke eine Ausbildung zum Dekorationsmaler, der er ein Meisterstudium anschloss. 1985 machte er sich mit einem Malerbetrieb selbstständig. Hanke ist seit 2005 Obermeister (Vorsitzender) der Malerinnung Saalfeld-Pößneck-Rudolstadt sowie Vorsitzender des Gewerbeclubs Süd in Saalfeld. Hanke trat 2014 in die FDP ein. Dort ist er Mitglied des Parteirates der FDP Thüringen und des Liberalen Mittelstands. Einige touristische Themen Hankes waren zuletzt der Ausbau von Radwegen, Übernachtungsmöglichkeiten und die „Höllentalbahn“, für die er sich beim Verkehrsministerium einsetzen möchte.

© Thomas Lutze / Felix Schulz



Thomas Lutze Die Linke Saarland

Tourismus-Obmann der
Fraktion Die Linke im Bundestag

- Bürokaufmann
- Landesliste Saarland

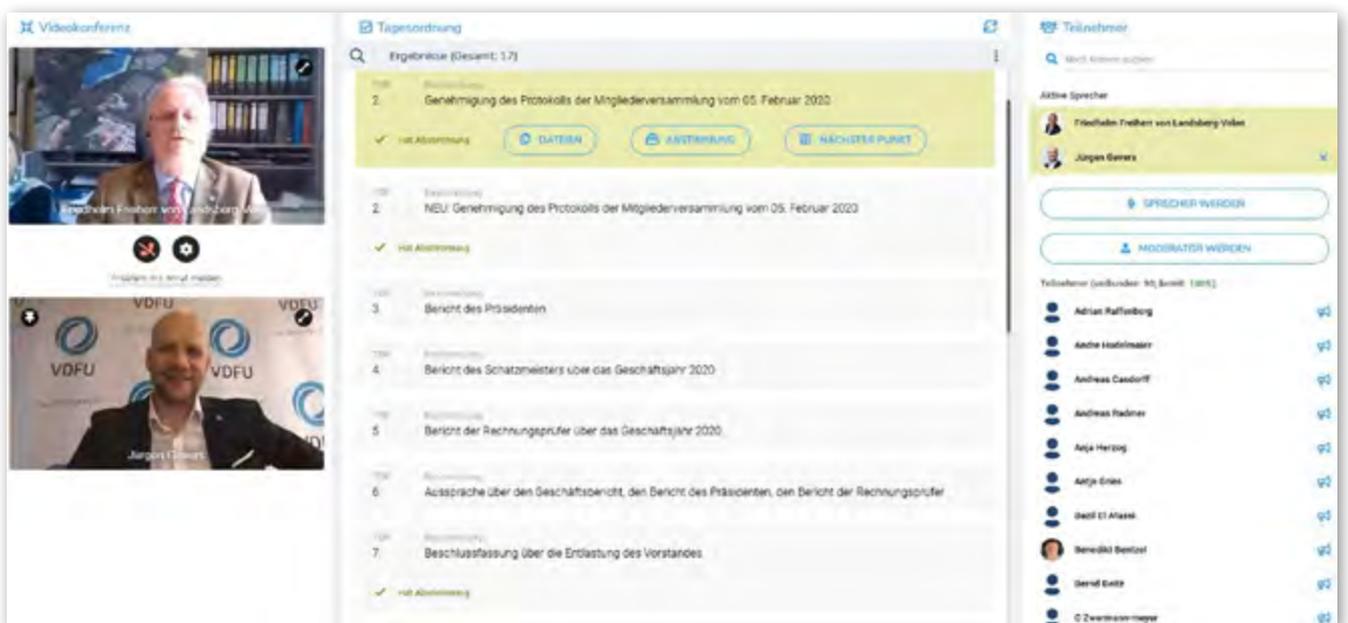
Thomas Lutze wurde 1994 Mitglied der PDS, heute Die Linke. Seine politischen Schwerpunkte liegen in der Verkehrs- und Wirtschaftspolitik. Von 2005 bis 2009 war Wahlkreismitarbeiter von Oskar Lafontaine in Saarlouis. Er sitzt im Vorstand der Peter-Imandt-Gesellschaft e. V., einem Verein für politische Bildung und Kultur im Saarland. Bereits im vorhergehenden Tourismusausschuss war Lutze Tourismus-Obmann seiner Fraktion. Er sprach sich u. a. für eine innovative Nutzung vorhandener Eisenbahninfrastruktur mit parallel angelegten Radwegen aus. Scharfe Kritik übte er am anhaltenden militärischen Fluglärm in weiten Teilen des Saarlandes, der alle Bemühungen in der regionalen Tourismusbranche zunichtemache.

Für die AfD-Fraktion sitzen als
Tourismus-Obmann **Mike Moncsek**
und als Tourismuspolitischer
Sprecher **Sebastian Münzenmaier**
im Ausschuss für Tourismus.

VDFU Mitglieder versammlung digital 06. Mai 2021

Nach sorgfältiger Abwägung kam der Vorstand des VDFU im Dezember 2020 zu dem Entschluss, das Winterforum 2021 abzusagen. In Mittelpunkt seiner Handlungsmaxime stellt der Verband grundsätzlich das Wohl aller Mitglieder sowie deren Familien und Beschäftigte. Vor diesem Hintergrund war die Entscheidung im Hinblick auf das Infektionsgeschehen alternativlos.

Um satzungsgemäßen Vorgaben zu entsprechen, wurde eine digitale Mitgliederversammlung im Mai einberufen. Die genutzte Softwarelösung stellte sicher, dass sowohl Abstimmungen als auch Wortmeldungen uneingeschränkt und rechtskonform möglich waren.



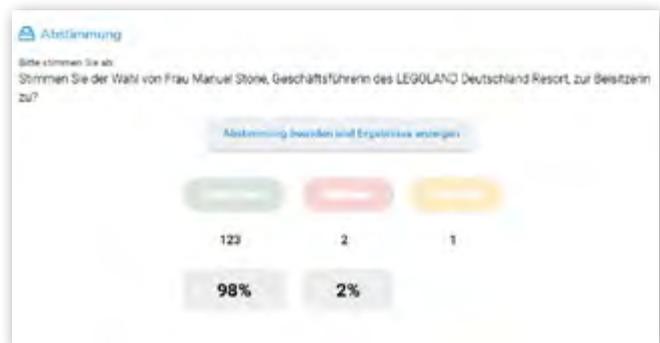
Reibungsloser Verlauf: Technisch gab es seitens des VDFU keine Probleme bei der digitalen Versammlung. Wer trotzdem Schwierigkeiten hatte, konnte sich jederzeit an einen technischen Support wenden.

Wichtige Beschlussfassungen

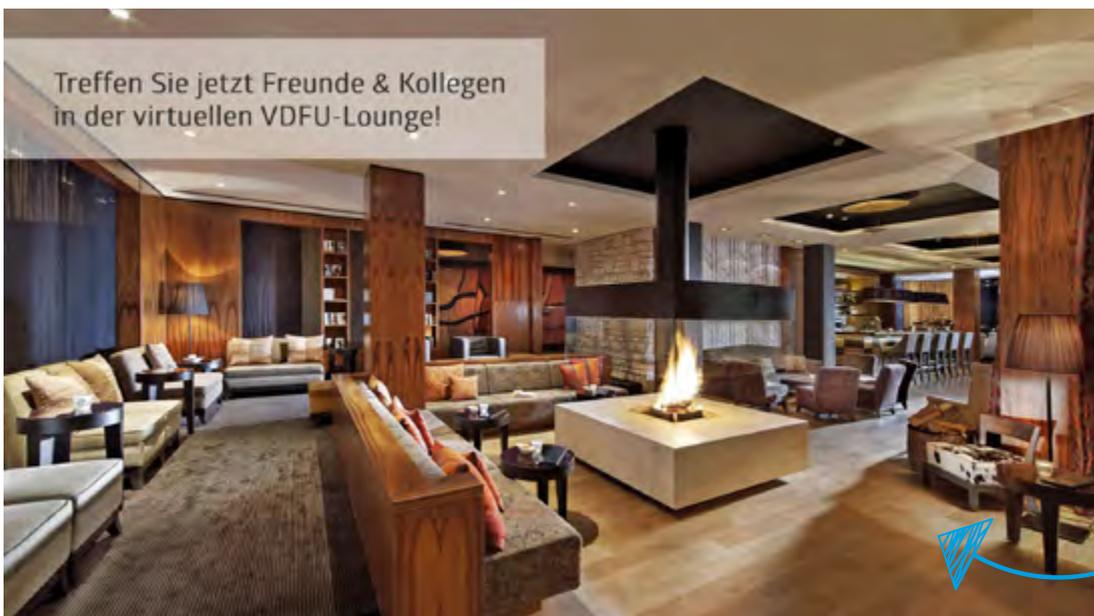
Die Mitgliederversammlung beschloss unter anderem, dass dem coronabedingten Rückgang der Besucherzahlen keine Auswirkungen auf die Beitragsklassen Ordentlicher Mitglieder in den Jahren 2022 bzw. 2023 haben. Die drohende drastische Reduzierung der Beiträge hätte strukturelle Anpassungen im Verband unausweichlich gemacht, während insbesondere die Corona-Krise Bedarf, Notwendigkeit und Bedeutung einer leistungsstarken Geschäftsstelle verdeutlichte.

Auch die Beitragsordnung wurde angepasst. Im Laufe der letzten Jahre haben in der Freizeitwirtschaft Unternehmen an Bedeutung gewonnen, die an mehreren Standorten Freizeiteinrichtungen betreiben. Resultierende „weiße Flecken“ in der deutschen Freizeitparklandschaft erschweren das Auftreten des VDFU als geschlossenen Branchenverband gegenüber Politik und Öffentlichkeit. Die Möglichkeit die Besucherzahlen aller Standorte zu kumulieren und alle verbundenen Unternehmen unter einer Beitragszahlung zusammenzufassen, soll künftig ermutigen, Standorte zu attraktiven Konditionen als Mitglieder in den VDFU einzubringen. Auf Basis der Entscheidung konnte der Verband mehre-

re neue Einrichtungen für eine Mitgliedschaft gewinnen. Es bleibt die Hoffnung, dass Maßnahmen zum Infektionsschutz sowie eine hohe Impfquote eine Zusammenkunft zum Winterforum inklusive satzungsgemäßer Mitgliederversammlung 2022 wieder zulassen.



Manuela Stone wurde als neues Vorstandsmitglied gewählt. Mit einem hervorragenden Ergebnis von 98 Prozent Zustimmung verstärkt die Geschäftsführerin des LEGOLAND Deutschland Resort künftig das Führungsgremium des VDFU, die im Interview auf Seite 9 näher vorgestellt wird.



Hier klicken

VDFU-Lounge: Die physische Zusammenkunft unter Freunden und Kollegen war im Rahmen der Corona-Pandemie nicht möglich. Im Anschluss an die digitale Mitgliederversammlung hatten Verbandsmitglieder die optionale Möglichkeit, sich in einer virtuellen Zusammenkunft auszutauschen.



VDFU Sommer treffen Heide Park Resort 20.–22.9.2021



Colossos brennt für den VDFU

Lange haben wir gewartet – mit einjähriger Verspätung konnte 2021 das VDFU Sommertreffen tatsächlich stattfinden. Für das Heide Park Resort als Gastgeber war es die erste Veranstaltung seit Ausbruch der Corona-Pandemie. Vorfreude, Aufregung und schlussendlich Erleichterung waren bei allen Beteiligten in Soltau wie auch beim VDFU spürbar.

Bei der Auftaktveranstaltung im Restaurant „La Tortuga“ zeigte der Heide Park, warum Branchenveranstaltungen des VDFU einen besonderen Ruf genießen. Als hervorragender Gastgeber verzückte man die Gäste nicht nur durch Gaumenfreuden. Ein außergewöhnliches Entertainment-Programm begleitete den gesamten Abend. Gut gelaunt und bestens unterhalten hatten alle Teilnehmer*innen Gelegenheit zum Austausch bis in die späten Abendstunden.

Am Folgetag hatten die Verbandsmitglieder bei thematischen Führungen Gelegenheit, exklusive Blicke

hinter die Kulissen des Heide Park Resorts zu werfen. Geschäftsführerin Sabrina de Carvalho ließ es sich vorab nicht nehmen, die Teilnehmer*innen in einer Ansprache vorab persönlich zu begrüßen. Sie lüftete einige Erfolgsgeheimnisse ihrer Freizeiteinrichtung, bevor sie selbst als „Tour-Guide“ die Rundgänge begleitete.

Ein Grillabend im „Heide Himmel“, dem neuen Baumwipfelpfad unmittelbar über dem Wildpark Lüneburger Heide, markierte einen gemütlichen Abschluss einer gelungenen Veranstaltung. Es bleibt die Hoffnung, dass auch im nächsten Jahr wieder Präsenzveranstaltungen möglich sind. Bei allen digitalen Möglichkeiten und Formaten herrschte Einigkeit, dass die persönliche Zusammenkunft schlichtweg unersetzlich bleibt.

Die Veranstaltung war ungeachtet leichter Einschränkungen durch die Infektionsschutzmaßnahmen ein voller Erfolg, der große Lust auf mehr Normalität machte.



Volles Haus: 45 Freizeiteinrichtungen und über 70 Fördermitglieder machten das Sommertreffen mit rund 220 Teilnehmern zum vollen Erfolg.

Ein Abend voller Überraschungen: Selbst im Buffet lieferte der Heide Park Beilagen, mit denen wahrlich nicht zu rechnen war.



Geisterjäger, Dinosaurier, Wikinger, Piraten und vieles mehr: Das Entertainment führte durch den gesamten Abend und zeigte eindrucksvoll, dass man bei der Gestaltung des Showprogramms im Heide Park sein Handwerk versteht.



Voneinander lernen: Bei den Führungen erhielten die Teilnehmer Einblicke, die den Parkbesuchern vorenthalten bleiben. Der offene Austausch ist wichtiger Bestandteil der Sommertreffen und des Netzwerks im VDFU.



Zeichen der Verbundheit: Verbandspräsident Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen überreichte als Gastgeschenk einen individuell gestalteten VDFU-Bären an Sabrina de Carvalho, Geschäftsführerin des Heide Park Resorts, und an Alexander Tietz, Geschäftsführer des Wildpark Lüneburger Heide.



*Nur mit euch – ein herzlicher Dank
unseren Sponsoren 2021!*

Für die großzügige Unterstützung der Mitgliederversammlung
und des Sommertreffens bedanken wir uns bei:



Parcreport 2021/22



VDFU Geschäftsbericht 2021

„Ich bin über 90 Erlebnisveranstaltungen und dabei sein. Und ohne?“

PLAY

Das Spiel beginnt: Starte Deine aufregende Reise – und entdecke die kunterbunte Welt unserer fantastischen Freizeitattraktionen! Und wo? Natürlich nur auf: freizeitparks.de

VDFU – Sommerstreffen

„Hat noch jemand einen „Termin“ und kann nicht zum VDFU – Sommerstreffen kommen?“

80 Denn keiner ist so schlau wie alle!

Freizeitparks und Freizeitunternehmen e.V. – die Freizeitprofis

Einmalig mit mehr Gewicht

Ein Verband vereint die Branche

Wachsen Sie mit uns – und werden auch Sie Teil des bedeutsamsten Zusammenschlusses von Unternehmen der deutschen Freizeitparkbranche. Eine Auswahl unserer Leistungen für Sie im Überblick:

Interessenvertretung & Öffentlichkeitsarbeit

- Politische Interessenvertretung
- Pressearbeit
- Marketingkonzepte
- Beauftragte Öffentlichkeitsarbeit
- Sozial Media Marketing
- Zusammenarbeit mit Influencern
- Präsenz Ihrer Einrichtung

VDFU – Ein Verband vereint die Branche

Bei uns geht's rund! Wir machen uns stark für Sie! Wir machen uns stark für Sie! Wir machen uns stark für Sie!

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

VDFU Winterforum

4.-6.2.2020 Europa-Park

mitkommen. miterleben. mitgestalten.

„Darf's ein bisschen mehr sein?“

Don't take anything for granted

< ... >

Guter Verlauf trotz schwierigem Start

Um es direkt vorweg zu sagen: Wir sind noch da! Es gibt uns noch – und der Blick auf die Zukunft der Freizeitindustrie in Europa ist überwiegend positiv. Dies zeigt zumindest das Ergebnis unserer diesjährigen Parkumfrage unter den europäischen Freizeit-, Themen- und Tierparkbetreibern, laut der insgesamt 60 Prozent der Teilnehmer eine positive Zukunftsperspektive für Freizeitparks und Zoos sehen.

Zum Vergleich: Vor einem Jahr – nach einer ernüchternden Saison 2020, die größtenteils von Lockdowns, Schließzeiten, Umsatzausfällen und der Umsetzung von aufwändig ausgearbeiteten Hygiene- und Sicherheitskonzepten geprägt war – waren es nur 40 Prozent, die optimistisch in die Zukunft blickten. Und tatsächlich ist auch

das zurückliegende Jahr unternehmerisch schmerzhaft für die Freizeitbranche gestartet. Neue Corona-Schutzverordnungen führten erneut zu einem verspäteten Saisonstart, so dass dieser sich in einigen Ländern Europas bis in den Mai oder gar Juli verzögerte. Von einer möglichen Insolvenzwellen sind wir jedoch hierzulande und europaweit nach wie vor verschont geblieben. Weiterhin profitiert die Branche von ihrer guten und nachhaltigen Art zu wirtschaften sowie den überaus erfolgreichen letzten Jahren. Zudem zeigt sich gerade in Krisenzeiten wie diesen, wie außerordentlich resilient, flexibel und anpassungsfähig die Entscheidungsträger der Freizeitwirtschaft mit ihren Teams agieren. So verwundert es nicht, dass gerade „Flexibilität“, „Spontantät“ und „Mut“ in unserer Erhebung häufige Nennungen bei der Frage nach den Key Learnings aus den letzten Monaten waren – dazu später mehr. Werfen wir zunächst einen Blick zurück auf die Entwicklung der Besucherzahlen im vergangenen Jahr.

Hier zeigt sich, dass erfreuliche 81 Prozent der Freizeiteinrichtungen, die an unserer Umfrage teilgenommen haben, im Jahr 2021 eine positive Entwicklung in Form von wachsenden Gästezahlen gegenüber dem Vorjahr verzeichnen konnten – knapp zwei Drittel der Parks erzielten dabei Zuwächse von jenseits der 25 Prozent. Dies liegt zum einen darin begründet, dass die Anzahl der pandemiebedingten Schließtage im Vergleich zum Jahr davor im Durchschnitt geringer ausfiel – 71 Tage im Jahr 2021 gegenüber 95 Tagen im Jahr 2020. In dieser Statistik zeigt sich einmal mehr der europaweit sehr unterschiedliche Umgang der politischen Entscheidungsträger mit der Pandemie und den entsprechenden Maßnahmen und Auflagen, mit denen sich die Freizeitunternehmer konfrontiert sahen: Während mehr als 40 Prozent der Parks weniger als 50 Tage ihre Tore nicht öffnen durften, waren fast ein Viertel der Betreiber gezwungen, ihre Anlagen für mehr als 100 Tage geschlossen zu halten. Neben der geringeren Anzahl an Schließtagen ist bei der Maximalauslastung, mit der die Parks betrieben werden durften, eine weitere positive Tendenz zu erkennen. Lag diese im ersten Pandemiejahr 2020 im Schnitt noch bei lediglich 46 Prozent, konnten die teilnehmenden Parks im Jahr 2021 immerhin wieder mit einer Kapazität von durchschnittlich 65 Prozent öffnen.

Beide Entwicklungen – die geringere Anzahl an Schließtagen und die höhere zulässige Maximalauslastung – stießen auf fruchtbaren Boden, da nach dem langen Pandemiewinter 2020/21 das Bedürfnis der



Menschen gerade nach kurzweiligen (Outdoor-)Erlebnissen in der näheren Umgebung sehr ausgeprägt zu sein schien. Vor allem auch die Betreiber kleinerer, regionaler Anlagen berichten, dass sie davon profitieren konnten, dass die sonst üblichen Schwankungen in der Besucherauslastung (bspw. Schulzeit/Ferienzeit) in diesem Jahr einem gleichbleibenden Gästeaufkommen nahe der pandemiebedingt vorgegebenen Maximalauslastung gewichen sind.

Der positive Trend in den Besucherzahlen spiegelt sich auch in den wirtschaftlichen Kennzahlen der Freizeitunternehmen wider. Nach dem deutlichen Einbruch der Umsatzzahlen der Themen- und Freizeitparks im Jahr 2020 (ca. 60 Prozent unserer Umfrageteilnehmer mussten damals Umsatzeinbußen von mehr als 30 Prozent hinnehmen), gibt in der diesjährigen Erhebung nun die klare Mehrheit von 82 Prozent eine Steigerung ihrer Umsätze an.

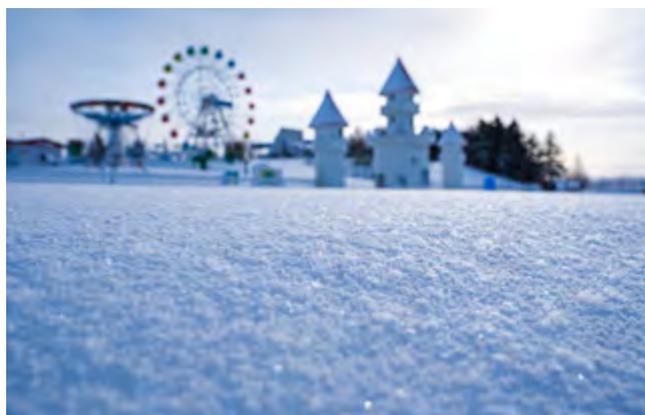
Natürlich ist all dies nach wie vor kein Vergleich mit den Besucher- und Geschäftszahlen von vor der Pandemie, die von Jahr zu Jahr neue Rekordhöhen erreichten – mehr als ein Viertel der Parks verzeichneten 2021 maximal 50 Prozent der Besucher aus 2019 –, aber eine mehr als positive Entwicklung nach all den Widrigkeiten und Anstrengungen der letzten zwei Jahre. Ein Lichtblick im Grau des Pandemiegeschehens.

82 %
steigerten ihre
Umsätze in 2021
gegenüber 2020
€

Das bewegt die Branche

Neben vielen neuen Erfahrungen und damit einhergehenden Erkenntnissen, die die Themen- und Freizeitparkbetreiber aus den letzten zwei Jahren gewonnen haben, gibt es natürlich auch Themenfelder, die die Branche weiterhin generell und ganz akut umtreiben. Hierzu zählen Themen, die die Weiterentwicklung der Anlagen betreffen, wie z.B. Nachhaltigkeit und die ökologische Positionierung der einzelnen Parks (Klimawandel, Energieeinsparungen, bewusste Ernährung etc.), Ausbau der UnterkunftsKapazitäten bzw. Mehrtagesangebote, um auf ein verändertes Reiseverhalten reagieren zu können, aber auch die immer wichtiger werdende Digitalisierung (Online-Vertrieb & -Marketing, Social Media etc.). Gleichzeitig sehen sich Umfrageteilnehmer auch mit drängenden Problemfeldern konfrontiert, die ihr Business in der kommenden Zeit beeinflussen werden, u. a. die Verfügbarkeit im Bausektor, die Abhängigkeit von Lieferkettenbrüchen, ein – zumindest in Deutschland – steigender Mindestlohn etc.

Doch es gibt ein zusätzliches Thema, welches von einem Großteil unserer Umfrageteilnehmer als das drängendste Kernthema der nächsten Jahre in der Freizeitindustrie genannt wird – das Thema Personal und hier allen voran der Aspekt des Suchens, Findens und Haltens geeigneter Mitarbeiter.



© YUTO PHOTOGRAPHER

Nachteil Saisonarbeit: So idyllisch ein Freizeitpark im Winterschlaf wirkt, so problematisch können die Schließzeiten bei der Rekrutierung von Beschäftigten werden.



Krise bietet auch Chancen – die Key Learnings

So überraschend und ökonomisch belastend die Krise für die Freizeitbranche auch war und immer noch ist, gelingt es vielen Akteuren dennoch, den Einschnitt durch die Pandemie als Chance zu sehen, ihr Business zu hinterfragen und hieraus neue Impulse und Ideen für eine Weiterentwicklung zu ziehen. Aus den Antworten der Freizeitunternehmer auf die Frage nach den Key Learnings aus den letzten zwei Jahren lassen sich einige wesentliche Lehren und Hinweise für die Betreiber ableiten:



Digitalisierung in Vertrieb & Marketing:

Wenn Freizeitparks in den vergangenen Monaten ihre Tore öffnen durften, war der Ticketverkauf oft nur noch vorab online bzw. im Rahmen einer Terminbuchung der Gäste möglich, um Warteschlangen zu vermeiden und Kontaktbeschränkungen einzuhalten. Auch andere Serviceleistungen wie Übernachtungs- und Tischreservierungen sowie sämtliche Bezahlvorgänge in den Parks liefen nur noch digital ab. Das heißt, der Einsatz eines Online-Buchungssystems war unabdingbar. Viele Betreiber stellten fest, dass die intensive bzw. ausschließliche Nutzung des Online-Ticketings vermehrt dazu führte, dass interne Abläufe, wie die Personal- und Betriebsplanung im Unternehmen, deutlich verbessert werden konnten, da Kapazitäten effizienter genutzt und besser kalkuliert werden konnten. Betreiber geben an, sich künftig verstärkt dem Online-Marketing und -vertrieb widmen zu wollen, um Umsätze zu steigern, von Zeitersparnissen zu profitieren und Kunden serviceorientierter bedienen zu können.



Agilität, schnellere Entscheidungsprozesse & Flexibilität:

Wie viele unserer Umfrageteilnehmer berichten, hat die Krise dazu geführt, dass viele Entscheidungen kurzfristig getroffen werden mussten und man flexibel und spontan auf sich mitunter täglich verändernde Rahmenbedingungen reagieren musste. Für manche eine neue Erfahrung. Vielen hat dies vor Augen geführt, dass administrative Prozesse und Entscheidungsfindungen in ihrem Unternehmen diesen Anforderungen nicht in jeder Situation gewachsen waren. Als hilfreich erwies sich laut unseren Umfrageteilnehmern an dieser Stelle vor allem eine transparente Kommunikation mit Belegschaft und Gästen, um Verständnis zu schaffen und Unsicherheiten zu beseitigen. Auch eine enge Vernetzung mit lokalen Behörden und wichtigen Entscheidungsträgern im Umfeld kann hierzu beitragen.



Qualität statt Quantität:

Jahrelang fühlte sich unsere Branche einem „höher, schneller, weiter“ verpflichtet, nicht nur, wenn es um neue Achterbahnen ging, sondern auch, wenn es die Besucherzahlen von Freizeitanlagen betraf. Durch die Krise und die auferlegten Kapazitätsreduzierungen hat bei einigen unserer Umfrageteilnehmer ein Umdenken in diesem Punkt stattgefunden. Denn dadurch, dass sich weniger Gäste gleichzeitig in den Parks aufhalten durften, ergab sich für viele ein positiveres Besuchererlebnis: weniger Gedrängel, kürzere Wartezeiten an den Attraktionen und dadurch mehr Spaß während des Aufenthalts. All dies führte vielfach zu deutlich zufriedeneren Besuchern mit der Konsequenz, mehr im Park auszugeben als üblich. Das führte zu höheren Pro-Kopf-Umsätzen bei fast Dreiviertel unserer Umfrageteilnehmer. Ein positiver Nebeneffekt ist zudem die bessere Verteilung der Besucher über die Öffnungstage des Parks. Diese gleichmäßige(re) Auslastung erleichtert den Betreibern u. a. die Personalplanung. < ... >

Problemfeld: Recruiting

Dabei ist die Freizeitbranche mit diesem Thema nicht allein: Von nahezu überall hört man die immer lauter werdenden Rufe, wonach fehlende Arbeitskräfte das zukünftige Wirtschaftswachstum signifikant ausbremsen werden – Fachkräftemangel ist das (Un-)Wort der Stunde. So fehlt es an allen Ecken und Enden an IT-Spezialisten, Facharbeitern, Handwerkern und zunehmend auch an qualifiziertem Personal in Gastronomie und Hotellerie. Und vor dem Hintergrund des näher rückenden Renteneintritts der Generation der „Baby-boomer“ scheint sich das Problem noch zu verschärfen.

Durch das breite Aufgabenfeld, das die Freizeitindustrie bietet, ergibt sich ein vielfältiger Bedarf an Fachkräften verschiedener Richtungen. Wer ein erfolgreiches Online-Marketing und -Ticketing betreiben möchte, braucht IT- und Social Media-Experten; wer sich im Thema Nachhaltigkeit und Klimawandel engagieren möchte, benötigt auch hier fachkundiges Personal. Wer in seinem Park Events ausrichtet, setzt auf die Expertise von Veranstaltungsspezialisten. Und nach wie vor besteht der Bedarf an Technikern/Ingenieuren sowie Mitarbeitern in klassischen Handwerksberufen (Tischler, Gärtner, Elektriker etc.). Dabei konkurrieren

die Unternehmen unserer Branche nicht nur mit direkten Wettbewerbern im Tourismus, sondern auch mit Arbeitgebern außerhalb der Freizeitindustrie. Gerade Parks im ländlichen Raum haben oft Schwierigkeiten, Bewerbern eine Stelle schmackhaft machen zu können, wenn Alternativen in Metropolregionen oder saisonunabhängigen Branchen greifbar sind.

Doch es sind nicht nur die gut ausgebildeten Fachkräfte, die in der Freizeitbranche händeringend gesucht werden. Vor allem gestaltet sich auch die Suche nach flexiblen Saison- und Aushilfskräften schwierig – Reinigungskräfte, Anlagenbediener, Lageristen, insbesondere auch Servicemitarbeiter etc. –, die zumeist kurzfristig und in großer Zahl gesucht und gefunden werden müssen. Und dies jedes Jahr aufs Neue! < ... > Gerade diese Arbeitnehmer jedoch haben in Zeiten der Pandemie der Gastronomie und Hotellerie u.a. aufgrund fehlender Perspektiven vermehrt den Rücken gekehrt. < ... > Generell scheint der Mangel an Arbeitskräften dazu zu führen, dass die Ansprüche der Bewerber an ihre Tätigkeit und ihren Arbeitgeber in den letzten Jahren deutlich gestiegen sind.

Helfende Hände gesucht:
Der Personalmangel zählt auch in den kommenden Jahren zu den kritischsten Herausforderungen für die Freizeitwirtschaft.



Mit speziellen **Arbeitsgruppen** zum Personalmanagement, **Praxistipps** und einer geplanten

Imagekampagne für die Branche wird der VDFU im kommenden Geschäftsjahr seine Mitglieder unterstützen.





© Efteling

Schwindelerregend: Mit Sirocco verdreht in Efteling nun ein zeitgemäß thematisiertes Fahrgeschäft den Besuchern den Kopf. Es entstand durch die Umgestaltung des über 30 Jahre alten Teetassen-Karussell mit „Kannibalen-Gestaltung“.

Ausblick 2022: Das ist neu

Tatsächlich haben manche Parks in Europa für die Saison 2022 gar keine oder nur kleinere neue Attraktionen in ihrem Investitionsbudget vorgesehen – eher konzentriert man sich auf fällige Investitionsmaßnahmen und Weiterentwicklungen in wichtigen Bereichen wie Infrastruktur, F&B oder Übernachtung. Bereits geplante Großprojekte wurden teilweise erneut um ein oder ein zweites Jahre nach hinten verschoben – sicherlich auch die Folge eines weiteren Krisenjahres. Nichtsdestotrotz gibt es wieder spannende Neuheiten, auf die die Besucher der Parks sich gewiss freuen dürfen.

< ... >

Als Märchenwald mit zehn Märchen und einem Spielplatz öffnete Efteling 1952 erstmals seine Tore. Heute, 70 Jahre später, gehört der niederländische Freizeitpark

zu den führenden Freizeitanlagen weltweit. Zum Auftakt des Parkjubiläums wurden bereits Anfang des Jahres die beiden Attraktionen „Sirocco“ (ein bestehendes Teetassenkarussell von Mack Rides) und „Archipel“, ein neuer Abenteuerspielbereich (in Zusammenarbeit mit der Firma Speelmaatje), im neu geschaffenen Themenareal „Die Welt von Sindbad“ (ehemals: Reizenrijk) eröffnet. Auch die bestehende Dunkelachterbahn „Vogel Rok“ soll umgestaltet und in die orientalische Themenwelt integriert werden. Für 2024 hat der Park bereits die Eröffnung eines neuen Hotels und eines weiteren umgestalteten Themenbereichs angekündigt (vgl. EAP-News v. 24.01.22).

< ... > Während im niederländischen Freizeit- und Tierpark Slagharen, der im zurückliegenden Jahr rd. 687.000 Gäste verzeichnen konnte, für die bevorstehende Saison keine nennenswerten Neuheiten geplant

Fridolins verrückter Zauberexpress: Die größte und teuerste Investition der 25-jährigen Geschichte des Erlebnisparks Fantasia in Strasswalchen eröffnete 2021 inklusive Family-Launch-Coaster von Art Engineering mit Parkmaskottchen „Fridolin“.



© Fantasia, Wolfgang Payer

sind, hat der ebenfalls zur Parques Reunidos-Gruppe gehörende Movie Park Germany nach seiner im vergangenen Jahr erfolgten Eröffnung der Coaster-Attraktion „Movie Park Studio Tour“ (Intamin) für dieses Jahr auch nur „kleinere“ Investitionsmaßnahmen auf der Agenda. Geplant sind infrastrukturelle Veränderungen, ein neuer Kinderspielplatz sowie neue F & B-Angebote.

Angesichts der sich immer wieder verändernden Bedingungen durch die Pandemie und damit verbundene Schließzeiten innerhalb der Saison, gehen immer mehr Parks dazu über, ihre Winteröffnungszeiten auszuweiten bzw. speziell für die Winterzeit ein saisonales Angebot zu schaffen. < ... >

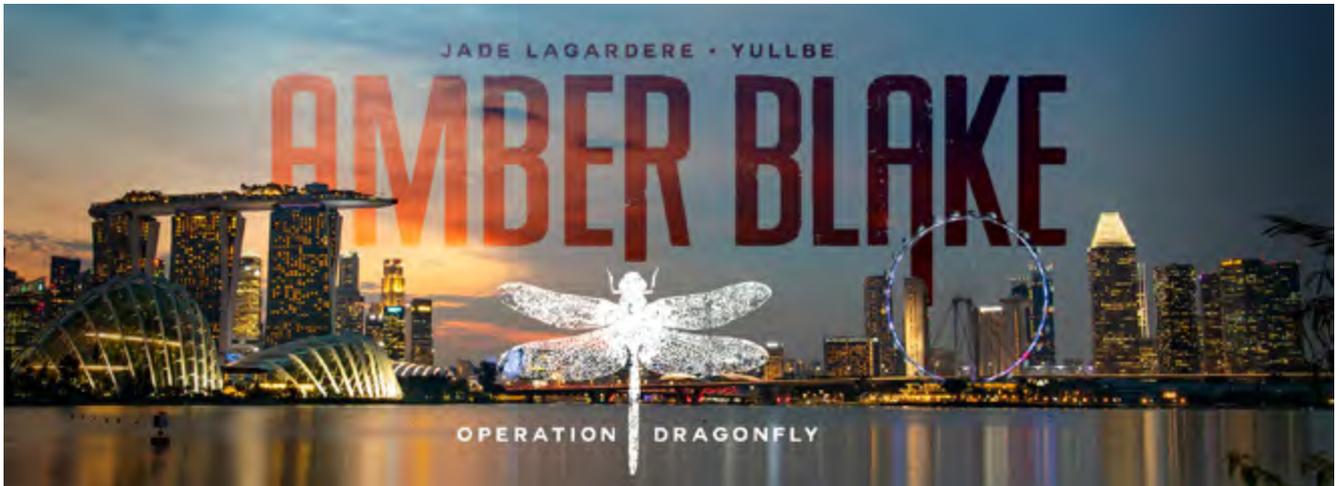
Im Fantasia Erlebnispark (Österreich) entsteht nach dem von Art Engineering entwickelten Family Launch Coaster „Fridolin's verrückter Zauber-Express“ im letzten Jahr (vgl. EAP 5/2021) zur kommenden Saison eine weitere neue Attraktion, die im Juli eröffnet werden und das vorhandene Piratenschiff ersetzen soll. 1,5 Mio. Euro werden hierfür investiert. Am 1. April startet das Schweizer Conny-Land in die Parksaison 2022 und wird seinen Gästen mit dem „Crazy Professor“ einen neuen, exklusiven Indoor-Free-Fall-Tower von RES offerieren.

< ... >

In der schokoladigen Erlebniswelt Chocoversum (in Hamburg) stehen die Zeichen auf Wandel und so wird in diesem Jahr die gesamte Ausstellung einer Reattraktivierung unterzogen, in die rd. eine Viertel Mio. Euro investiert werden. Der Erlebnispark Schloss Thurn (Bayern) plant für dieses Jahr eine neue Indoor-Attraktion sowie die Sanierung der Ritterarena.

2022 ist auch im Europa-Park wieder Tatandrang angesagt – in der Saison 2021 empfing der Park (inkl. Wasserwelt) trotz verspätetem Saisonauftakt 3,5 Mio. Gäste. Auf dem Fahrplan steht nun u.a. die Umgestaltung der „Dschungel-Floßfahrt“ sowie die neue YULLBE-VR-Experience „Amber Blake: Operation Dragonfly“. Auch im griechischen Themenbereich werfen größere Attraktivierungen bereits ihre Bau- und Erneuerungs-„Schatten“. Im Hotel Krønasår entstehen ein Infinity-Pool sowie neue Suiten. In der Indoor-Wasserwelt Rulantica werden außerdem eine neue „Hyggedal-Sauna“ in Betrieb gehen und drei neue Kinderrutschen.

Im norddeutschen HANSA-PARK stehen in der kommenden Saison neben dem 45. Parkgeburtstag die Eröffnung der beiden neuen Fahrgeschäfte „Die Tierkinder vom Peterhof“ (von Wooddesign) und „Turm vom



Filmreifes Erlebnis: Das interaktive Action-Abenteuer „Amber Blake: Operation Dragonfly“ wurde von MackNeXT in enger Zusammenarbeit mit VR Coaster und Mack Animation innerhalb der Mack Gruppe realisiert und gemeinsam mit internationalen Experten von „Assassin’s Creed“ oder dem Game „Herr der Ringe“ entwickelt.

Peterhof“ (von Sunkid Heege) sowie die des neuen Übernachtungsangebots „Piraten Camp“ im Vordergrund (vgl. EAP-News v. 9.9.21).

An den mittlerweile fünf Standorten der Karls Erlebnis-Dörfer in Deutschland konnten im vergangenen Jahr insgesamt 4,4 Mio. Besucher verzeichnet werden. „Wir bereiten uns gerade auf die größte Inventionsphase in der Geschichte von Karls vor. In die Bauleitung

und Masterplanung investieren wir dieses Jahr etwa zwei Mio. Euro, damit es Ende 2022 mit dem Bau von diversen Attraktionen und zwei neuen Standorten losgehen kann“, so die Geschäftsleitung. Wer die Entwicklungen des „Erdbeerimperiums“ aufmerksam verfolgt, weiß, dass es sich bei den neuen Standorten um Döbeln (Sachsen) und Oberhausen (NRW) handelt.

Mit einem neuen Spielplatz, der den Namen „Wasserwerk“ erhält, entsteht auf dem Außengelände des Ferienzentrums Schloss Dankern in dieser Saison ein 400 Quadratmeter großes neues Entdeckungsareal für die Kleinsten. „Unser neuer Spielplatz, für den wir Kaiser & Kühne beauftragt haben und Kinderland Parks die Thematisierung übernommen hat, gibt den kleinen Abenteurern eine weitere Gelegenheit, sich dem Thema Wasser an und mit allerlei Geräten zu nähern“, freut sich Parkinhaber Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen auf sein neues Angebot. Darüber hinaus wird es eine neuartige, elektrisch betriebene Kletterwand geben, die über ein senkrechtes Förderband kleine und große Kraxler fordert.

Auf Abenteuer können sich Kinder in diesem Sommer auch in der neuen Indoor-Halle für Kleinkinder und auf dem neuem Kletterparcours (von Kinderland



45 Jahre HANSA-PARK: In der Jubiläumsaison 2022 erwartet die Gäste unter anderem der neue Themenbereich „Peterhof von Novgorod“ inklusive neuer Fahr-Attraktionen und neuem Indoor-Spielplatz.

Parks) im nordrhein-westfälischen Irrland (bei Kevelaer) begeben. Rund 320 Kilometer nördlich des Freizeitparks entsteht im Jaderpark in diesem Jahr ein neues „Süd-amerikahaus“ sowie eine neue Außenanlage für Löwen. Hinzu kommt für die Saison 2022 auch eine neue Tret-Go-Kart-Bahn, die im Themenbereich „Bauernhof“ ihren Platz findet und die dort weichende Wildwasserbahn ersetzt. Während das Design, die Idee und das Konzept hierzu vom parkeigenen Designteam stammen, wurde auch für die Umsetzung dieses Projekts das Unternehmen Kinderland Parks ins Boot geholt, auf dessen Expertise man bereits mehrfach in der Vergangenheit zählt. Mit gleich drei neuen Attraktionen möchte der in Baden-Württemberg angesiedelte Freizeitpark Traumland auf der Bärenhöhle diese Saison seine Gäste überraschen. Wie Geschäftsführerin Ines Ehe verrät, wird es neben dem neuen (vgl. EAP 1/2022) auch ein interaktives Igel-Karussell aus dem Hause Art Engineering sowie eine neue „Feuerwehr“ – eine Schienenbahn mit fünf Fahrzeugen von Metall-Technik-Kirschner – geben.



© traumland-auf-der-baerenhoehle

Im Traumland ist bald der Biber los: Ein Blick in die Werkshalle von Zierer zeigt den bereits eindrucksvollen Stamm des „Biberturm“.



© Kinderland Parks

Einsatz in Schloss Dankern: Mit viel Liebe zum Detail hat Kinderland Parks einen Spielbereich für Kleinkinder geschaffen. Ausgestattet mit einem Labyrinth in Rauchwaben-Optik ist es das Ziel, das brennende Haus zu löschen. Die Einsatzkräfte? Schon vor Ort und bereit für den Rettungseinsatz!



© tropical-islands

Nur der Anfang: Die neuen Attraktionen stellen nur den Auftakt von Neuerungen und Modernisierung im Tropical Islands vor. Insgesamt wurden Investitionen in Höhe von mehr als 100 Mio. Euro bis zum Jahr 2026 angekündigt.

Im Mindener potts park wird in diesem Jahr eine Mio. Euro in das neue Familienfahrgeschäft „Klipperschleuder“, eine Superschaukel von Art Engineering, und das interaktive Familienspiel „Sauladen“ investiert. Bei letzterem handelt es sich um Druckluftkanonen der Firma Metall-Technik-Kirschner. Ein Kletterballon der Berliner Seilfabrik – diesen hatte das Unternehmen zum ersten Mal auf der IAAPA Expo in Barcelona 2021 vorgestellt (siehe EAP-Messereport 6/2021) – entsteht im Kaisersbacher Schwaben Park. Rund zwei Jahre nach dem „Batukai Racer“ erwartet die Besucher in diesem Jahr mit dem „Godzimba“ eine weitere Neuheit im Serengetipark Hodenhagen.

Insgesamt drei Mio. Euro investiert das Tropenparadies Tropical Islands in einen neuen Wasserspielbereich für Kleinkinder sowie den Umbau des Rutschenturms mit einem „Double Racer“, um Gästen zukünftig ein

wettkampforientiertes Rutscherlebnis anzubieten. Im Freizeit-Land Geiselwind soll dieses Jahr die Attraktion „Fränkische Weinfahrt“ (ein Teetassenkarussell) in neuem Gewand erstrahlen und sich in ein „Uhrwerk“ mit Steampunk-Thematisierung und neuem Sound verwandeln. Auch der Eingangsbereich des Parks soll komplett neugestaltet werden.

Der in Süddeutschland gelegene Erlebnispark Tripsdrill konzentriert sich in diesem Jahr auf die Vollendung seines jüngsten Themenbereichs (mit den beiden Achterbahnen „Hals-über-Kopf“ und „Voll Dampf“) durch die Ergänzung eines Bistro-/Verkaufsbereichs und eines Kinderspielplatzes. Weiterhin hält der Park am Ausbau seines Natur-Resorts fest, um dort weitere Übernachtungsmöglichkeiten in Form von zusätzlichen Baumhäusern zu schaffen.

Kein Investitionsstau durch die Pandemie: Das NINJAGO® Quartier festigt den Status des LEGOLAND Deutschland Resort als Kurzurlaubsdestination



© Legoland

Betreibergruppen & konzerngeführte Parks

Die französische Compagnie des Alpes verzeichnete im Geschäftsjahr 2020/2021, das zum 30. September 2021 endete, für die Unternehmensparte „Leisure Parks“ einen Umsatz von insgesamt 221,7 Mio. Euro und liegt damit bei einem geringen Rückgang von 4,5 Prozent in etwa auf dem Niveau des Vorjahres (232,1 Mio. Euro).

< ... > Im österreichischen Familypark Neusiedlersee, der seit 2019 zur CdA gehört, wird in diesem Jahr mit einem neuen Flume Ride von Intamin (Eröffnung soll im April/Mai erfolgen), der den Namen „Biberburg“ tragen wird, ein weiteres Besucher-Highlight eröffnet, in das rd. neun Mio. Euro investiert werden. Ein 17 Meter hoher Lift wird die Boote zum Start des Rides befördern, dessen Fahrtzeit sich auf vier Minuten belaufen wird. Mit der szenischen Gestaltung und der gesamten Innenarchitektur wurde die Firma Heimotion beauftragt.

< ... >

Das zur französischen Looping Gruppe gehörende FORT FUN Abenteuerland feiert in diesem Jahr seinen

50. Geburtstag und plant mit einem Investitionsvolumen von einer Mio. Euro einige Überraschungen für seine Besucher.

Neben einer neuen „Peter Rabbit-Experience“, die in Blackpool eröffnete, steht für Merlin Entertainments im Frühjahr 2022 u. a. die Eröffnung einer weiteren Madame Tussauds-Location in der ungarischen Hauptstadt Budapest auf der Agenda (s. EAP-News 16.6.21). Im LEGOLAND® Deutschland Resort wird dieses Jahr ordentlich gefeiert, denn im Mai jährt sich die Eröffnung des Parks bereits zum 20. Mal. Anlässlich des runden Geburtstags wird es eine „LEGOLAND Parade“ geben, deren zentraler Bestandteil die beliebten Maskottchen des Parks sein werden. Zu Pfingsten wird mit dem „NINJAGO® Quartier“ außerdem eine neue Übernachtungsmöglichkeit mit 72 Familienzimmern für bis zu 288 Gäste eröffnet, in dessen Entstehung rund 14 Mio. Euro investiert wurden (vgl. EAP-News v. 2.11.21). Für den Sommer ist dann noch eine neue Multimedia-Piraten-show im Park angekündigt.

Tierparks & Zoos

In der deutschen Zoolandschaft tut sich in diesem Jahr einiges. Der Erlebnis-Zoo Hannover investiert rd. 6,5 Mio. Euro in eine neue Freiluftanlage sowie in ein Amphibienhaus. In den neuen „Wasserwelten“ des Zoo Osnabrück – ein Projekt für rund zehn Mio. Euro – sollen ab diesem Sommer Seehunde, Seelöwen, Rosa-Pelikane und Humboldt-Pinguine ein neues Zuhause finden. Im Zoo Leipzig, der letztes Jahr immerhin 1,26 Mio. Besucher verzeichnen konnte, sollen im Rahmen der Masterplanung das Terrarium erneuert und die Bauarbeiten für das Millionenprojekt „Feuerland“ – einer Küstenvoliere und einer Wasserwelt für Pinguine und Seelöwen – fortgesetzt werden. Die Eröffnung von Feuerland ist für 2023 vorgesehen. < ... >

Never take anything for granted

Wie unsere Übersicht zeigt, dürfen wir uns auch dieses Jahr wieder auf spannende Neuerungen in den europäischen Freizeitparks freuen, auch wenn das herbeigesehnte Ende der Pandemie sich gewiss nicht auf ein Datum festlegen lässt. Was bleibt also unterm Strich nach zwei Krisenjahren in der Freizeitbranche? Der O-Ton eines Teilnehmers an unserer Befragung ist uns dabei im Ohr geblieben: „Never take anything for

granted!“ ist das Key Learning des CEOs eines schwedischen Parks aus der Pandemie, das sicherlich auch für viele andere Betreiber eine wichtige Erkenntnis der letzten Monate ist: „Nimm nichts als selbstverständlich an!“ Sprich: Sich seiner Stärken bewusst sein, wohlwissend, dass man sich Erfolg hart erarbeiten muss und es keine Garantie dafür gibt, dass Rahmenbedingungen auf ewig bleiben wie sie sind.

Denn eins ist klar: Im besten Falle wollen wir uns (nicht nur in Krisenzeiten) kontinuierlich und nachhaltig weiterentwickeln und nicht zum Status quo zurückkehren. So sehen es auch die Teilnehmer unserer Umfrage: Lediglich zwei Prozent der teilnehmenden Betreiber schätzen die Perspektiven für Freizeitparks und Zoos pessimistisch ein. Wie eingangs erwähnt, hat die Mehrheit einen optimistischen Blick auf die Zukunft. Wenn es uns gelingt, die Irrungen und Wirrungen der Pandemie als Anlass für notwendige Veränderungen aufzugreifen, und sich der positive Trend aus 2021 fortsetzt, dann werden wir als Branche gestärkt aus dieser Krise hervorgehen. (eap)

© Auszug aus der Fachzeitschrift EuroAmusement Professional, Heft 2/2022, www.eap-magazin.de. Mit freundlicher Unterstützung des G. P. Probst Verlages.



© Uwe Liebe / BUND-Baden Württemberg

Vom Aussterben bedroht: Das neue Amphibienhaus im Erlebnis-Zoo Hannover bietet auch eine Auffang- und Aufzuchtstation für den Feuersalamander.

100 Freizeiteinrichtungen im VDFU

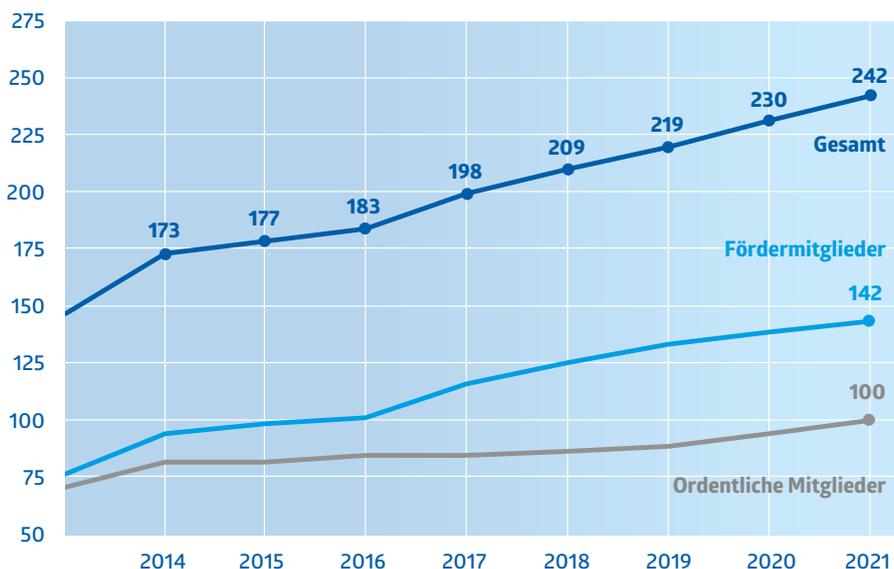
Der Verband wächst kontinuierlich

Im Geschäftsjahr 2021 erreichte der VDFU einen wichtigen Meilenstein: Der Branchenverband der Freizeitwirtschaft zählt mittlerweile eindrucksvolle 100 Freizeiteinrichtungen zu seinen Mitgliedern. Eine wichtige Bestätigung der Arbeit von Vorstand und Geschäftsstelle, denn an grundsätzlichen Mindestanforderungen für eine Mitgliedschaft im Hinblick auf Besucherzahlen o. ä. wurden keine Anpassungen vorgenommen.

Auch das Geschäftsnetzwerk bestätigt das kontinuierliche Wachstum der letzten Jahre. Mittlerweile setzen 142 Fördermitglieder auf den VDFU, um den Geschäftserfolge in der Branche zu sichern und auszubauen.

Wir bedanken uns für das entgegengebrachte Vertrauen und heißen die neuen Mitglieder, die wir Ihnen in der Folge kurz vorstellen, herzlich willkommen im VDFU!

Ordentliche und Fördernde Mitglieder 2014 bis 2021



+16%
seit 2018





Karls Erlebnis-Dorf in Elstal bei Berlin

Karls Erlebnis-Dorf in Elstal bei Berlin ist mit bis zu 1,5 Million Besuchern jährlich und mehr als 80 einzigartigen Abenteuern das zweitgrößte Erlebnis-Dorf der Karls-Familie. Besucher kommen bei einem riesigen Angebot aus erdbeerigen Artikeln und handgefertigten Produkten im Bauernmarkt in Stöberlaune, können in der Kreativwerkstatt ihr handwerkliches Geschick ausloten oder auf dem Abenteuerspielplatz ins Schwitzen kommen. Aufregend geht es in Karls Irr(e)-Garten zu, der mit seinem kreisförmigen Labyrinth schon so manchen zur Verzweiflung getrieben hat. Weitere Höhepunkte sind die K2-Achterbahn, eine Kartoffelchips-Manufaktur, ein Bienenmuseum, eine Weide mit wilden Wisenten und grasenden Wildpferden, ein großes Gummibeeren-Land sowie Karls Marmeladenland. Im neuestem Themenland warten schwindelerregende Fahrten an einer fliegenden Kaffeetafel und Karussellfahrten in überdimensionalen Erdbeergläsern auf Besucher. Zwischen Dezember und Oktober beeindruckt zudem Karls Eiswerk mit einer stets neugeschaffenen Welt aus beeindruckenden Eisskulpturen. 2021 eröffnete mit dem „Fliegenden Regenschirm“ der erste Bauabschnitt der neuen „Wetterwelt“.

Steckbrief

Karls Erlebnis-Dorf in Elstal

Eröffnung	2014
Betreiber	Karls Tourismus GmbH
VDFU-Beitritt	Sommer 2021
Besucherzahl	1.100.000 (2019)
Mitarbeiterzahl	170
Maskottchen	Erdbeer Karlchen
Claim	Einfach. Gut. Gemacht.
Ansprechpartner für den VDFU	Eric Christopher Straube



Karls Erlebnis-Dorf in Koserow auf der Insel Usedom

Als jüngster Abenteuerhof der Karls-Familie zieht Karls Erlebnis-Dorf auf der Insel Usedom seit dem Jahr 2016 Gäste an. Neben ausgiebigen Shopping-Freuden im urigen Ambiente locken jede Menge kulinarische Erlebnisse und mehr als 60 Attraktionen große und kleine Entdecker. Karls Bauernmarkt bietet Gelegenheit zum Einheimsen von Landhaus-Dekorationen, Keramik, selbstgemachter Seife oder regionalen Köstlichkeiten. Weitere Höhepunkte des Koserower Freizeithofes sind eine Manufakturen-Scheune, eine Pfannkuchenschmiede, eine echte Gold-Schürfanlage sowie ein hauseigener Ozean mit ferngesteuerten Booten. Mehr als zwei Millionen Besucher konnten in Karls Erlebnis-Dorf in Koserow seit seiner Eröffnung bereits begrüßt werden. Im Frühjahr 2019 eröffnete Karls Erdbär-Turm mit interaktivem Hochzieh-Freifall und ein Jahr später die kuriose Erdbeer-Raupenbahn, ein Achterbahnerlebnis für die ganze Familie.

Steckbrief

Karls Erlebnis-Dorf in Koserow

Eröffnung	2016
Betreiber	Karls Tourismus GmbH
VDFU-Beitritt	Sommer 2021
Besucherzahl	900.000 (2019)
Mitarbeiterzahl	90
Maskottchen	Erdbär Karlchen
Claim	Einfach. Gut. Gemacht.
Ansprechpartner für den VDFU	Eric Christopher Straube



Karls Erlebnis-Dorf in Zirkow auf der Insel Rügen

Eröffnet im Jahr 2012, erstrahlt Karls Erlebnis-Dorf in Zirkow auf der Insel Rügen seit April 2017 in neuem Glanz. Neben einem großen Bauernmarkt mit Tobeland, Kreativ-Werkstatt, Erdbeer-Ecke und maritimem Mitbringselstand können Besucher vor Karls Schau-Manufakturen staunen oder in der rustikalen Hof-Küche in kulinarischen Träumen schwelgen. Das Erlebnis-Dorf-Ensemble wird in Zirkow ergänzt um eine neue so genannte Tubben-Rutsche, eine Bobbycar-Bahn, das Vogelparadies „Piep-Show“, die einmalige Pfannkuchen-Schleuder sowie ein eigenes Karussell für Rollstuhlfahrer. Im Frühjahr 2020 eröffnete Karls kuriose Erdbeer-Raupenbahn, ein Achterbahnerlebnis für Kinder (und Erwachsene). Rund 50 Mitarbeiter arbeiten im ganzjährig geöffneten Ausflugsziel, das heute mit rund 750.000 jährlichen Gästen zum meistbesuchtem auf der Insel Rügen gehört. Von Sommer bis Herbst lädt das Maislabyrinth mit jährlich wechselnden Themen zum Verlaufen und Finden ein.

Steckbrief

Karls Erlebnis-Dorf in Zirkow

Eröffnung	2012
Betreiber	Karls Tourismus GmbH
VDFU-Beitritt	Sommer 2021
Besucherzahl	750.000 (2019)
Mitarbeiterzahl	80
Maskottchen	Erdbär Karlchen
Claim	Einfach. Gut. Gemacht.
Ansprechpartner für den VDFU	Eric Christopher Straube



Märchen-Erlebnispark Marquartstein

Traumhaft gelegen in den Chiemgauer Bergen, bringt der Park seit mehr als 50 Jahren Kinder, Eltern und Großeltern zum Staunen. Gemeinsam erleben sie ein mit viel Liebe zum Detail angelegtes Märchenland und viel Raum für Abenteuer, Spiel und Spaß. Alle größeren Attraktionen wie die Sommerrodelbahn, das Schneckenrennen, die Gaudi-Gondel, die Parkeisenbahn sind im Eintrittspreis enthalten. Weitere Highlights: Waldspielplatz, Streichelzoo, Wildgehege. Grillplatz und Picknickhütte stehen Selbstversorgern zur Verfügung. Das Parkrestaurant Jägerwinkl mit durchgehend warmer Küche verwöhnt mit regionalen Köstlichkeiten. Der Park ist Ostern bis Anfang November täglich geöffnet.

Steckbrief

Märchen-Erlebnispark Marquartstein

Eröffnung	1971
Betreiber	Märchen-Erlebnispark Marquartstein GmbH & Co. KG
VDFU-Beitritt	2021
Besucherszahl	> 100.000
Mitarbeiterzahl	ca. 20-25 in der Saison
Claim	Staunen – Entdecken – Erleben

Ansprechpartner für den VDFU: Peter Aigner



RitterRost Magic Park Verden

Im RitterRost Magic Park Verden kann die ganze Familie, vor allem aber Kinder bis etwa 12 Jahre, einen spannenden und unvergesslichen Ausflug erleben. Unterhaltende Zaubershow's für Groß und Klein bieten magische Momente und spannende Zaubertricks. Der Märchenwald verzaubert schon seit Generationen nicht nur die Kinder mit den zauberhaften Märchen der Gebrüder Grimm und Co. Nicht umsonst sind wir Teil der Deutschen Märchenstraße. Viele Fahrattraktionen wie Achterbahn, Wasserbahn und freier Fall, der Streichelzoo, ein toller Spielplatz mit Riesenrutsche und viele Aktiv-Stationen zum selber ausprobieren machen den Tag zu einem unvergesslichen Erlebnis für die Kleinen, aber auch für die Großen! Und wem zwischendurch der Magen knurrt, der findet sicher etwas leckeres zum Essen in unserem „Rostaurant“, dem Ritter Rost Schlemmerland der Pizzeria „Feuer & Flamme“, dem „Café Mehlkammer“ oder der original italienischen Eisdiele „Dal Cin“.

Steckbrief

RitterRost Magic Park Verden

Eröffnung	1971
Betreiber	Magic Park Verden GmbH
VDFU-Beitritt	Sommer 2021
Besucherzahl	110.000 (2019)
Mitarbeiterzahl	bis zu 50 in der Hochsaison
Maskottchen	Ritter Rost
Claim	Phantasie gemeinsam erleben
Ansprechpartner für den VDFU	Bastian Lampe



Rulantica – die Wasserwelt des Europa-Park

Abtauchen und eintauchen heißt es in Rulantica! In einer der größten Wasserwelten Europas begeben sich die Gäste auf ein nordisch-erfrischendes Abenteuer. Eingebettet in nordische Landschaftszüge und mystische Szenerien locken das ganze Jahr hindurch zahlreiche Wasserattraktionen für jedes Alter. Ob im freien Fall, beim Rutsch-Duell mit Freunden oder mit dem Reifen in der Halfpipe – die Rutschenvielfalt in Rulantica lässt keine Wünsche offen. Zwischendurch locken der reißende Wildbach „Vildstrøm“ und das Wellenbecken „Surf Fjord“. Zur Entspannung geht es in „Snorri’s Saga“ auf eine gemütliche Fahrt im Reifen durch die Wasserwelt oder an die Swim-Up Bar im beheizten Outdoor-Pool. Rulantica ist zu jeder Jahreszeit eine traumhafte Urlaubsdestination: In den Sommermonaten ist in der nordischen Outdoor-Rutschenwelt „Svalgurok“ und am angrenzenden „Snorri Strand“ noch mehr Rutschen- und Wasserspaß angesagt und in der kalten Jahreszeit lockt ganz besonders der exklusive Ruhe- und Saunabereich „Hyggedal“ mit jeder Menge Entspannung und Gemütlichkeit.

Steckbrief

Rulantica

Eröffnung	November 2019
Betreiber	Rulantica GmbH & Co Mack KG
VDFU-Beitritt	Juni 2021
Besucherzahl	k. A.
Mitarbeiterzahl	ca. 550
Maskottchen	Snorry
Ansprechpartner für den VDFU	Michael Kreft von Byern



skywalk allgäu Naturparkerlebnis

Er zählt zu den beliebtesten Ausflugszielen im Allgäu und im Bodenseeraum. Auf Höhe der Baumkronen flanieren, ganz neue Perspektiven einnehmen und fantastische Ausblicke auf die Allgäuer Bergwelt und den Bodensee genießen. Das rund 60.000 Quadratmeter große Gelände des skywalk allgäu befindet sich auf 1.000 Metern Höhe. Der 540 Meter lange, barrierefreie Baumwipfelpfad bildet die Hauptattraktion und zählt zu den modernsten seiner Art in Deutschland. Das Erlebnis, über die freischwebende Hängebrückenkonstruktion zu spazieren, ist wahrlich außergewöhnlich. Für Abenteuerlustige gibt es einen alternativen Abstieg mit Netztunneln und Röhrenrutsche. Auch auf Höhe des Waldbodens gibt es für kleine und große Naturliebhaber viel zu entdecken. Zahlreiche Begleitattraktionen laden ein, mit allen Sinnen in den Lebensraum Wald einzutauchen. Unser Naturerlebnispark ist somit ein generationsübergreifendes Ausflugsziel. Selbstverständlich wird auch für das leibliche Wohl bestens gesorgt. Das parkeigene SB-Restaurant bietet ein ausgewähltes regionales Speisen- und Getränkeangebot an. Es verfügt über einen großzügigen Biergartenbereich mit bestem Blick auf die Berge. Ein saisonbegleitendes Veranstaltungsprogramm rundet das Angebot ab.

Steckbrief

skywalk allgäu Naturparkerlebnis

Eröffnung	Oktober 2010
Betreiber	skywalk allgäu gemeinnützige GmbH Naturerlebnispark
VDFU-Beitritt	April 2021
Besucherzahl	180.000 pro Jahr
Mitarbeiterzahl	26 Festangestellte, ca. 60 Saisonkräfte (Inklusionsunternehmen)
Claim	Walderlebnisse mit WOW und AHA!
Ansprechpartner für den VDFU	Alexander Unold



Die Kletterei

Tauche ein in das Kletter-, Boulder-, Kinder- und Surfer-Paradies am Lech! Egal ob Boulderer, Kletteranfänger, Surfprofi, Eltern mit ihren Kindern oder Nutzer unserer Seminarräume: Alle sollen sich hier wohlfühlen. In einzigartiger Atmosphäre bietet die Kletterei Sport, Spaß, Erlebnis, Gaumenfreuden (Restaurant Edelweiss in der Kletterei), Veranstaltungen u. v. m. Von leicht geneigt bis stark überhängend geht es durch die Boulderlandschaft. In der Kletterhalle finden sich tolle Routen von Topschraubern. Die Surfanlage erspart ferne Reisen, denn in der „Surferei“ kann sich jeder in die Wellen stürzen. Auch ohne Vorkenntnisse. Schon nach einer kurzen Einweisung können die ersten Versuche auf dem Brett gewagt werden. Ein spannendes Abenteuerland mit vielen lustigen Hindernissen auf 3 Ebenen wartet mit dem Kinderparadies auf kleine Eroberer. Eine niedrige Kletterwand für Kleinkinder bietet die Gelegenheit, sich auf das Klettern und Bouldern vorzubereiten

Steckbrief

Die Kletterei

Eröffnung	September 2017
Betreiber	Kletter & Boulderparadies am Lech GmbH
VDFU-Beitritt	Juni 2021
Besucherzahl	150.000 pro Jahr
Mitarbeiterzahl	ca. 50
Claim	Das Kletter- und Boulderparadies am Lech
Ansprechpartner für den VDFU	Markus Wasserle



HopLop Abenteuerpark

Auf nach Klein-Finnland! Denn nicht umsonst gelten die Finnen gelten als die glücklichsten Menschen der Welt. Vielleicht auch, weil sie es immer wieder schaffen, aus der Not eine Tugend zu machen. Etwa sich riesige Indoor-Spielparks auszudenken – immerhin liegt in Finnland an 100 bis 200 Tagen Schnee auf den Spielplätzen. Ein Stück nordische Lebensfreude gibt es seit 2018 auch im nordrhein-westfälischen Pulheim bei Köln: Das HopLop, den ersten Ableger der erfolgreichen finnischen Abenteuerpark-Kette in Deutschland. Ein Wohlfühl-Ort für Familien, modern, aufgeräumt und sicher. In der lichtdurchfluteten Halle erhebt sich nicht nur Deutschlands längste Wellenrutsche, sondern auch ein bis zu 10 m hohes Kletterlabyrinth, es gibt einen Vulkan zu erklimmen oder Runden auf der Elektro-Kartbahn zu drehen. In verschiedenen Mottoräumen von Disco über Pirat oder Prinzessin bis Weltraum steigen die perfekten Geburtstagspartys – endlich auch für Winterkinder. Viel Spaß! Oder wie der Finne sagt: Pidä hauska!

Steckbrief

HopLop Abenteuerpark

Eröffnung	2018 (in Deutschland)
Betreiber	HopLop Deutschland GmbH
VDFU-Beitritt	November 2020
Besucherzahl	ca. 250.000 (2019)
Mitarbeiterzahl	60 in der Saison
Claim	Dein Indoor-Spielpark für die ganze Familie
Ansprechpartner für den VDFU	Hans-Frieder Jakstadt



Tatzmania – Der wilde Zoo und Vergnügungspark

Erleben Sie einen Tag voller Abenteuer, Spaß und spektakulären Entdeckungsreisen mit der ganzen Familie. Bestaunen Sie eine Vielzahl heimischer und exotischer Tiere in naturnah gestalteten Gehegen. Besuchen Sie unsere Löwen- und Tigerfütterung! Die größten Wünsche der kleinen Kinder erfüllt das neue Kidsmania – 6 kleine Fahrgeschäfte für Kindern ab 2 Jahren. Die Mutigeren steigen in den African Spin oder den Wellenflieger. Für die Unerschrockenen lohnt sich ein Sprung in den Freefall Tower. Kinder ab 2 Jahren erwartet das lustige Luftballonkarussell, die spannende Safari-Jeep Fahrt, die spaßige Tassenfahrt und die Mini-Schiffschaukel. Für größere Kinder ab 4 Jahren gibt es nun einen turbulenten Freifallturm und die aufregende Affenschaukel. An Wochenenden und in den Ferien hat unsere Grillhütte mit einer kleinen Auswahl an Leckereien für Sie geöffnet. In einer weitläufigen Savannenlandschaft leben Zebras, große Kudus und Watussirinder friedlich zusammen – fast wie in der Wildnis! Von der Terrasse des Restaurant Erongos aus können Besucher die faszinierende Savannenatmosphäre erleben. Ein kleines Stück Afrika im Schwarzwald.

Steckbrief

Tatzmania

Eröffnung	2017
VDFU-Beitritt	Juni 2021
Betreiber	Schwarzwaldpark Betriebs GmbH Tatzmania
Besucherzahl	110.000 pro Jahr
Mitarbeiterzahl	25 Mitarbeiter (inkl. Saisonkräfte)
Ansprechpartner für den VDFU	Patrick Braun

Willkommen bei den Freizeitprofis

Neue Fördermitglieder des VDFU e.V 2021



Catalate Commerce, Inc.

Revenue Management · Online Ticketing
Dynamic Pricing · E-Commerce

Catalate entwickelt seit über 15 Jahren dynamische Preisstrategien für Freizeitbetriebe. Über 100 Partner nutzen unseren White-Label-Webshop. Catalates Pricing kann via Schnittstelle auch in andere E-Commerce-Umgebungen geladen werden. Gesammelte branchenspezifische Nachfragedaten ermöglichen die Entwicklung dynamischer Preisstrategien, die den richtigen Kunden zur richtigen Zeit die richtigen Preise präsentiert. Durch langjährige Erfahrung identifizieren wir für Sie Verbesserungspotenziale, um den Umsatz an jedem einzelnen Tag zu maximieren. Wir bieten eine Vielzahl weiterer Dienstleistungen von Revenue Management über Analysen bis zum operativen Betrieb des Webshops samt aller anfallenden Anpassungen und Änderungen im Shop

www.catalate.com



Ticketcounter OS GmbH

Online-Ticketing · Zugang und Zugangskontrolle
Soft- & Hardware · Maßgeschneiderte Entlastung

Ticketcounter öffnet Türen – für Sie selbst und Ihre Gäste: Als Ihr Partner übernehmen den kompletten Online-Zugang, Zugangskontrollen und eTicketing. Unsere Software wird für sie maßgeschneidert eingerichtet und verwaltet. Die hocheffiziente, betriebsintegrierte Softwarelösung für das Besuchermanagement kann bei neuer oder bestehender Hardware eingesetzt werden. Konzentrieren Sie sich auf das Erlebnis – wir auf den reibungslosen Zutritt!

www.ticketcounter.eu

Drinks & More GmbH & Co. KG

Getränkeindustrie · Partner der Gastronomie und des Handels · Brand Marketing · Brand Activation & Experience

Drinks & More GmbH & Co. KG ist ein national führender Premium- Getränkevermarkter mit Sitz in der Hauptstadt und Lifestyle-Metropole Berlin. Als Tochtergesellschaft der Krombacher Gruppe, einer der führenden Brauereien und Getränkehersteller in Deutschland, verfügt Drinks & More über größte Expertise und Kompetenz in der Getränkebranche – speziell im Trend- & Szenebereich. Dabei haben wir stets die Bedürfnisse und Interessen unserer jungen und urbanen Zielgruppe und auch unserer Kunden aus dem Handel und der Szene-Gastronomie im Visier. Unser Portfolio besteht neben Schweppes aus Topmarken wie White Claw, Orangina und Dr Pepper.

www.drinks-and-more.com



RED Online Marketing

Online Marketing · Freizeitunternehmen · Strategien
SEO · SEA · E-Mail · Social Media

RED Online Marketing ist seit 15 Jahren der Spezialist für die Online-Vermarktung von Freizeitparks und Freizeitunternehmen. Mit einer maßgeschneiderten Marketingstrategie verhelfen wir Freizeitparks, Erlebnisparks, Museen, Zoos und weiteren Ausflugszielen zu mehr Besuchern während des Jahres. Dabei bedienen sich unsere Experten verschiedener Werbekanäle, um die passende Zielgruppe in Europa, insbesondere in Deutschland, den Niederlanden, Belgien und Frankreich zu erreichen.

www.redonlinemarketing.de



Compleo Charging Solutions AG

Compleo Charging Solutions AG ist einer der führenden Komplettanbieter für Ladetechnologie in Europa.

Seit 2009 unterstützt Compleo Charging Solutions AG seine Geschäftskunden mit seinen Ladetechnologien sowie seinen Ladestationen, der Software der Ladeinfrastruktur und bei Bedarf auch bei der Planung, Installation, Wartung und dem Service. Das Angebot von Compleo umfasst sowohl eichrechtskonforme Wallboxen sowie AC- als auch DC-Ladestationen. Das börsennotierte Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Dortmund. Zu den Kunden zählen unter anderem Allego, Clever, E.ON, EWE Go, Comfort Charge GmbH, Siemens sowie mehr als 150 Stadtwerke in Deutschland.

www.compleo-cs.com



Valensina GmbH

Fruchtsaft · Kinder-Getränke · starke Lizenzfiguren
Familienunternehmen

Die Valensina GmbH ist einer der führenden Anbieter von Fruchtsäften in Deutschland. Speziell für die Freizeitgastronomie bieten wir praktische Kids-Flaschen mit tollem Bibi & Tina-, Benjamin Blümchen- und Olchi-Design. Alle sind prima Begleiter für kleine Alltagsabenteuer: Die perfekte Mischung aus dem Saft sonnenreifer Früchte und Wasser in drei beliebten Sorten sorgt für einen leckeren, natürlichen Geschmack – und das ganz ohne Zusatz von Zucker. Fröhlich und natürlich durch den Tag!

www.valensina.de

Nüssli (Deutschland) GmbH

Tribünen · Bühnen · Kulissenbau · Eventstrukturen
Eventhallen · Pavillons · Innenausbau
Eventbeleuchtung

NÜSSLI ist ein führender Event- und Baudienstleister mit 16 Standorten weltweit. Bei uns bekommen Sie alle Eventbauten, die Sie für Ihre Veranstaltung benötigen, aus einer Hand. Kernstück vieler unserer Konstruktionen sind unsere selbst entwickelten, modularen Bausysteme – flexibel erweiterbar und schnell im Auf- und Rückbau. Sie sind an Vielseitigkeit kaum zu übertreffen und ermöglichen beispielsweise auch Bauten für Ihre Themenwelten, die garantiert in Erinnerung bleiben.

www.nussli.com



Blechwaren Fabrik Braunschweig GmbH

Großhandel und Hersteller nostalgischer Blechschilder
und kultverdächtiger Trendartikel

Die BfB GmbH ist ein Großhandel für nostalgische Blechschilder, kultverdächtige Trendartikel und innovative Umsatzgaranten. Zusätzlich bieten wir individuelle Realisierungen und Produktionen von Blechartikeln ab bereits ca. 500 Stück je Design. Gegründet wurde die Blechwaren Fabrik Braunschweig GmbH Johannes Pampuch und Jochen Rath durch Fusion ihrer Unternehmen. Beide spezialisierten sich auf den Blechgroßhandel mit dem Ziel hochwertiger Artikel im Bereich Blech, Geschenke und Souvenir. Für viele Einzelhändler sind die umsatzstarken Displays und Artikel aus dem Sortiment nicht mehr wegzudenken. Die Kollektionen werden stetig erweitert, der Hauptkatalog 2022 umfasst über 1200 Artikel

www.bfb-bs.de



MS POS GmbH

Kassensysteme · Retail · POS · Cloud oder On-Premises
Microsoft · Cegid · POSSible · unTill

MS POS bietet Lösungskonzepte für den Einzelhandel und die Gastronomie. Spezialisiert auf das ERP- und POS-System Microsoft Dynamics 365 und die Kassensysteme Cegid Retail Y2, POSSible und unTill® unterstützen wir Sie bei der Wahl des optimalen Kassensystems für Ihre Bedürfnisse. Beratung, Hardware, Software und Service – alles aus einer Hand. Für existierende Installationen bieten wir individuelle Wartungskonzepte und auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittene Supportverträge.

www.ms-pos.net



United Chocolate Group

Hersteller von Süßwaren, vor allem Schokolade-Produkte, auch Schaum und Gelee

Zur Gruppe gehören die Firmen Argenta, Schwermer und Confiserie Weibler mit zusammen 350 Mitarbeitern und 35 Mio. € Umsatz. Der Bereich Special Account beschäftigt sich mit der Individualisierung der Standard-Produkte der Gruppe für Werbezwecke oder den Wiederverkauf (Zoo-, Museums-Shops). Es gibt ein breites Angebot von Schaumprodukten und Schokoladenhohlkörpern und -reliefs in Tierform. Außerdem ist es möglich, Schokolade-Täfelchen ab 3.000 Stück mit individueller Banderole für Werbezwecke oder Events zu fertigen.

www.united-chocolate.com/b2b



MEIKO Deutschland GmbH

Mit den professionellen Lösungen zum Spülen, Reinigen, Desinfizieren sowie zum Verwerten von Speiseresten treiben MEIKO Kunden auf der ganzen Welt ihr Business nachhaltig voran.

Als Hygiene-Experte entwickeln wir seit über 90 Jahren saubere Lösungen, die dem Personal in Gastronomie und Gesundheitswesen das Einhalten von Hygiene-Standards ermöglichen. Mit uns an ihrer Seite, können sich MEIKO Kunden voll und ganz auf ihre eigentliche Arbeit konzentrieren. Ob Gourmet-Tempel, Quick-Service, Bar, Betriebsrestaurant, Pflegeküche im Krankenhaus, Kombüse auf dem Kreuzfahrtschiff, Bäcker, Café oder Community Catering – wir beraten, planen und setzen um: individuell und zuverlässig.

www.meiko.de



Ice-World GmbH

Klimafreundliche Eisbahnen und Eiswege mit echtem Eis · Spielbrunnen für den Sommer

Im Bereich klimafreundliche Eisbahnen und Eiswegen mit echtem Eis verfügen wir über das leistungsstärkste Lieferprogramm für in Deutschland und darüber hinaus. Wir vermieten und verkaufen Eisbahnen inklusive des notwendigen Zubehörs und kompletter technischer Umsetzung. Wir können auch Sommer! Der mobile Spielbrunnen – PlayFountain® wird ab sofort angeboten. Er eignet sich mit 20 Spielen auf 100 m² für Sommerveranstaltungen und wird die Besucher durch seine spritzige Art spielerisch begeistern.

www.ice-world.com

www.playfountain.com



Ecolab Pest Deutschland GmbH

Ecolab ist der weltweit führende Anbieter von Lösungen und Dienstleistungen in den Bereichen Wasser, Hygiene und Infektionsprävention.

Vertrauen Sie bei der Schädlingsbekämpfung und -kontrolle auf Ecolab Pest Elimination als erfahrenen Dienstleister. Unsere hochqualifizierten Servicespezialisten können sich in Ihre einzigartige Situation einarbeiten, um gründliche Einschätzungen durchzuführen, alle notwendigen Behandlungen anzuwenden und proaktive Maßnahmen zu implementieren. So werden schädlingsfreie Umgebungen gewährleistet und effiziente, sichere und gesunde Geschäftsaktivitäten gefördert.

www.ecolab.com



Farm Frites International B.V

Pommes frites und Kartoffelspezialitäten

1971 begannen wir als Familienbetrieb und sind es immer noch. Wir sind stolz auf unser landwirtschaftliches Erbe. Seit mehr als 50 Jahren arbeiten wir leidenschaftlich gern mit Menschen und der Natur zusammen. Unsere reiche Geschichte des Kartoffelanbaus und der Kartoffelproduktion hat zu langfristigen Partnerschaften mit unseren hoch geschätzten Kunden, Landwirten und Mitarbeitern geführt. Wir wollen weltweit Vorreiter und weiterhin innovativ sein und unsere Kunden mit neuen Produkten überraschen. Gemeinsam mit unseren Erzeugern, Kunden und Mitarbeitern möchten wir, dass möglichst viele Menschen auf der ganzen Welt in den Genuss unserer köstlichen Pommes frites und Kartoffelspezialitäten kommen.

www.farmfrites.com



ADRIA HOMES DEUTSCHLAND

Modulbau, Chalets, mobile Bungalows, Tiny Houses, Themen Unterkünfte, Mobilheime

ADRIA HOMES ist Teil der ADRIA-Gruppe und beschäftigt sich mit der Produktion und Vermarktung von Mobilheimen und modularen Gebäuden, schwimmenden Häusern und luxuriösen Glamping-Zelten zur touristischen Nutzung. In Deutschland und Benelux wird ADRIA HOMES exklusiv von Daalman Mobilheime GmbH vertreten. Seit Gründung wurden über 17.000 Einheiten für Campingplätze, Ferien- & Freizeitparks in 30 Ländern auf der ganzen Welt produziert. ADRIA ist Marktführer im Bau von mobilen Bungalows und Themen-Unterkünften und Ihr kompetenter Partner für themenbezogene Gäste-Unterkünfte, Hotelzimmer-Einheiten, Glamping Chalets oder Zelte. Von der ersten Planung Ihres Projekts bis zur Auslieferung und Aufbau ist ADRIA Ihr Full-Service Partner.

<https://de.ADRIA-home.com>

www.daalman.com

Mitglieder des VDFU e.V.

31. Dezember 2021

Ehrenmitglieder

Dr. Ing. h. c. Roland Mack	RUST BEI FREIBURG	DEUTSCHLAND
Klaus-Michael Machens	HILDESHEIM	DEUTSCHLAND

Ordentliche Mitglieder

Allgäu Skyline Park	RAMMINGEN	DEUTSCHLAND
AUTOSTADT	WOLFSBURG	DEUTSCHLAND
B&T Kurpfalz-Park	WACHENHEIM	DEUTSCHLAND
Bavaria Film	GEISELGASTEIG	DEUTSCHLAND
Bayern Park	REISBACH	DEUTSCHLAND
BELANTIS – Das AbenteuerReich	LEIPZIG	DEUTSCHLAND
Bubenheimer Spieleland	NÖRVENICH	DEUTSCHLAND
Chocoversum	HAMBURG	DEUTSCHLAND
Churpfalzpark Loifling	TRAITSCHING	DEUTSCHLAND
CONNY-LAND	LIPPERSWIL	SCHWEIZ
Dinosaurier-Park Altmühltal	DENKENDORF, OBERBAY	DEUTSCHLAND
Drouwenerzand Attractiepark	DROUWEN	NIEDERLANDE
Dungeon Deutschland GmbH Niederlassung Berlin	BERLIN	DEUTSCHLAND
Efteling Freizeit- und Erlebnispark	KW KAATSHEUVEL	NIEDERLANDE
Eifelpark Gondorf	GONDORF	DEUTSCHLAND
Elspe Festival	LENNESTADT	DEUTSCHLAND
Erlebnispark Schloss Thurn	HEROLDSBACH	DEUTSCHLAND
Erlebnispark Tripsdrill	CLEEBRONN/TRIPSDRILL	DEUTSCHLAND
Erlebnis-Zoo Hannover	HANNOVER	DEUTSCHLAND
Europa-Park	RUST BEI FREIBURG	DEUTSCHLAND
Fantasiana Erlebnispark Strasswalchen	STRASSWALCHEN	ÖSTERREICH
FC Bayern Museum	MÜNCHEN	DEUTSCHLAND
Ferienzentrum Schloss Dankern	HAREN/EMS	DEUTSCHLAND
Filmpark Babelsberg	POTSDAM	DEUTSCHLAND
Fort Fun	BESTWIG-WASSERFALL	DEUTSCHLAND
Freizeit- und Erlebnispark Rasti-Land	SALZHEMMENDORF	DEUTSCHLAND
Freizeit-Land Geiselwind	GEISELWIND	DEUTSCHLAND
Freizeitpark Ketteler Hof	HALTERN-LAVESUM	DEUTSCHLAND
Freizeitpark Lochmühle	WEHRHEIM/TAUNUS	DEUTSCHLAND
Freizeitpark Märchenwald im Isartal	WOLFRATSHAUSEN	DEUTSCHLAND
Freizeitpark Plohn	LENGENFELD OT PLOHN	DEUTSCHLAND
Freizeitpark Ruhpolding	RUHPOLDING	DEUTSCHLAND
Freizeitpark Schloss Beck	BOTTROP	DEUTSCHLAND
Freizeitpark Traumland	SONNENBÜHL-ERPFINGEN	DEUTSCHLAND
Hamburg Dungeon	HAMBURG	DEUTSCHLAND
HANSA-PARK	SIERKSDORF/OSTSEE	DEUTSCHLAND

Heide-Park Resort	SOLTAU	DEUTSCHLAND
Holiday-Park	HASSLOCH/PFALZ	DEUTSCHLAND
HopLop Deutschland	PULHEIM	DEUTSCHLAND
Irrland Die Bauernhof – Erlebnis-oase	KEVELAER	DEUTSCHLAND
Jaderpark	JADERBERG	DEUTSCHLAND
Jimmys Fun Park	DASING	DEUTSCHLAND
JUMP House Köln	KÖLN	DEUTSCHLAND
Karls Erlebnis-Dorf Elstal	ELSTAL	DEUTSCHLAND
Karls Erlebnis-Dorf Koserow	KOSEROW	DEUTSCHLAND
Karls Erlebnis-Dorf Rövershagen	RÖVERSHAGEN	DEUTSCHLAND
Karls Erlebnis-Dorf Warnsdorf	WARNSDORF	DEUTSCHLAND
Karls Erlebnis-Dorf Zirkow	ZIRKOW	DEUTSCHLAND
Kletter & Boulderparadies am Lech	KAUFERING	DEUTSCHLAND
Kulturinsel – Die Geheime Welt von Turisede	NEISSEAUE	DEUTSCHLAND
LEGOLAND Deutschland Resort	GUENZBURG	DEUTSCHLAND
Legoland Discovery Centre NL Berlin	BERLIN	DEUTSCHLAND
Legoland Discovery Centre NLOberhausen	OBERHAUSEN	DEUTSCHLAND
Little Big City Berlin	BERLIN	DEUTSCHLAND
Madame Tussauds NL Berlin	BERLIN	DEUTSCHLAND
Märchen-Erlebnispark Marquartstein	MARQUARTSTEIN	DEUTSCHLAND
Margarete Steiff Museum	GIENGEN	DEUTSCHLAND
Meyer Werft Besucherzentrum	PAPENBURG	DEUTSCHLAND
Mini Europe	BRÜSSEL	BELGIEN
Movie Park Germany	BOTTROP-KIRCHHELLEN	DEUTSCHLAND
Nürburgring 1927	NÜRBURG/EIFEL	DEUTSCHLAND
Phantasialand	BRÜHL BEI KÖLN	DEUTSCHLAND
PLAYMOBIL FunPark	ZIRNDORF	DEUTSCHLAND
potts park	MINDEN, WESTF	DEUTSCHLAND
Pullman City	EGING A. SEE	DEUTSCHLAND
Ravensburger Kinderwelt Kornwestheim	KORNWESTHEIM	DEUTSCHLAND
Ravensburger Spieleland	MECKENBEUREN	DEUTSCHLAND
RitterRost Magic Park Verden	VERDEN	DEUTSCHLAND
Rodel- und Freizeitparadies St. Englmar	ST. ENGLMAR BAYERISCHER WALD	DEUTSCHLAND
Rulantica	RUST	DEUTSCHLAND
Safariland Stukenbrock	SCHLOSS HOLTE-STUKENBROCK	DEUTSCHLAND
Saurierpark	BAUTZEN	DEUTSCHLAND
Schwaben Park	KAISERSBACH-GMEINWEILER	DEUTSCHLAND
SEA LIFE Detuschland NL Königswinter	KÖNIGSWINTER	DEUTSCHLAND
SEA LIFE Deutschland NL Berlin	BERLIN	DEUTSCHLAND
SEA LIFE Deutschland NL Hannover	HANNOVER	DEUTSCHLAND
SEA LIFE Deutschland NL München	MÜNCHEN	DEUTSCHLAND
SEA LIFE Deutschland NL Oberhausen	OBERHAUSEN	DEUTSCHLAND
SEA LIFE Deutschland NL Speyer	SPEYER	DEUTSCHLAND
SEA LIFE Deutschland NL Timmendorfer Strand	TIMMENDORFER STRAND	DEUTSCHLAND
SEA LIFE Konstanz	KONSTANZ	DEUTSCHLAND
SENSAPOLIS	SINDELINGEN	DEUTSCHLAND
Serengeti Safaripark Hodenhagen	HODENHAGEN	DEUTSCHLAND
Skywalk Allgäu	SCHEIDEGG	DEUTSCHLAND

Steinwasen-Park	TODTNAU	DEUTSCHLAND
Tagaluba Abenteuerland	ZEITLARN	DEUTSCHLAND
Technik Museum Sinsheim	SINSHEIM	DEUTSCHLAND
Tier- und Freizeitpark Thüle	FRIESOYTHE-THÜLE	DEUTSCHLAND
Tierpark Ueckermünde	UECKERMÜNDE	DEUTSCHLAND
TimeRide	KÖLN	DEUTSCHLAND
Tropical Islands	KRAUSNICK	DEUTSCHLAND
Weissenhäuser Strand	WEISSENHÄUSER STRAND	DEUTSCHLAND
Weltvogelpark Walsrode	WALSRODE	DEUTSCHLAND
Wild- und Freizeitpark Allensbach	ALLENSBACH	DEUTSCHLAND
Wildpark Lüneburger Heide	NINDORF	DEUTSCHLAND
Zoologischer Garten Köln	KÖLN	DEUTSCHLAND
Zoologischer Garten Rostock	ROSTOCK	DEUTSCHLAND
Zoom Erlebniswelt	GELSENKIRCHEN	DEUTSCHLAND

Fördernde Mitglieder

11er Nahrungsmittel GmbH	FRASTANZ	ÖSTERREICH
ABC Engineering AG	WOLLERAU	SCHWEIZ
accu-profi Solution GmbH & Co. KG	BAD OEYNHAUSEN	DEUTSCHLAND
Acikhava Fabrikasi (Outdoor Factory)	SARIYER-ISTANBUL	TÜRKEI
Adon Germany GmbH	MÖNCHENGLADBACH	DEUTSCHLAND
Adria Homes Deutschland	UELSEN	DEUTSCHLAND
Agentur Mogens L. Lesch	NIEBÜLL	DEUTSCHLAND
Allgäu Fresh Foods GmbH & Co. KG	KEMPTEN (ALLGÄU)	DEUTSCHLAND
Ameropa Reisen GmbH	BAD HOMBURG	DEUTSCHLAND
Arcabo Mobiele Bungalows	GG NIEUWLEUSEN	NIEDERLANDE
ART Engineering GmbH	KIRCHZARTEN, BREISGAU	DEUTSCHLAND
BDJ Versicherungsmakler GmbH & Co. KG	HAMBURG	DEUTSCHLAND
Beckerbillett GmbH	HAMBURG	DEUTSCHLAND
Berliner Seilfabrik GmbH & Co.	BERLIN	DEUTSCHLAND
BernsteinSee Grundbesitz GmbH	SASSENBURG	DEUTSCHLAND
Blechwaren Fabrik Braunschweig GmbH	BRAUNSCHWEIG	DEUTSCHLAND
Caravan Customer Connect GmbH	BAD WALDSEE	DEUTSCHLAND
Catalate Commerce, Inc.	INNSBRUCK	ÖSTERREICH
Christian Hofmann GmbH & Co. KG	BAD RODACH	DEUTSCHLAND
City Golf Europe GmbH Deutschland	TAUNUSSTEIN	DEUTSCHLAND
Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH	BERLIN	DEUTSCHLAND
Compleo Charging Solutions AG	DORTMUND	DEUTSCHLAND
Convios KWYCK B.V.	AMSTERDAM	NIEDERLANDE
Cordes Holzbau GmbH & Co. KG	ROTENBURG/WÜMME	DEUTSCHLAND
CREATIVE AMUSEMENT FACTORY GmbH	IHRLERSTEIN	DEUTSCHLAND
D. Eulig GmbH	WERL	DEUTSCHLAND
dan pearlman Erlebnisarchitektur GmbH	BERLIN	DEUTSCHLAND
Deco Leisure GmbH	WESEL	DEUTSCHLAND
Deutscher Schaustellerbund e.V.	BERLIN	DEUTSCHLAND
Digitekten GmbH	LEIPZIG	DEUTSCHLAND
Doppelmayr Seilbahnen GmbH	WOLFURT	ÖSTERREICH

Dr. Friedrich E. Hörtkorn GmbH	HEILBRONN, NECKAR	DEUTSCHLAND
Drinks and More GmbH & Co. KG	KREUZTAL	DEUTSCHLAND
D-TeC System Consulting GmbH	HAMBURG	DEUTSCHLAND
Dynamic Ride Systems	ENGELSKIRCHEN	DEUTSCHLAND
E. Maria Gerhardt Wein & Sekt GmbH	BORNHEIM	DEUTSCHLAND
echion Corporate Communication AG	AUGSBURG	DEUTSCHLAND
Ecolab Pest Deutschland GmbH	ALLERSHAUSEN	DEUTSCHLAND
EHBS Knecht KG	LORSCH	DEUTSCHLAND
eibe Produktion+ Vertrieb GmbH & Co. KG		
Projektleiter Konzepte Freizeit & Urban	RÖTTINGEN	DEUTSCHLAND
Eloma GmbH	MAISACH	DEUTSCHLAND
ETIGO Sarl	TOURCOING	FRANKREICH
European Convenience Food GmbH	GARREL	DEUTSCHLAND
European Retail Network GmbH	ELZTAL-RITTERSBACH	DEUTSCHLAND
Farm Frites International B. V.	OUDENHOORN	NIEDERLANDE
Ferrero Deutschland GmbH	FRANKFURT	DEUTSCHLAND
flyOUT	HEILBRONN	DEUTSCHLAND
Fresh Connection GmbH	BAD HERSFELD	DEUTSCHLAND
Freunde der Erfrischung GmbH	BREMEN	DEUTSCHLAND
fritz-kulturgüter GmbH	HAMBURG	DEUTSCHLAND
FRONERI Schöller GmbH	NÜRNBERG	DEUTSCHLAND
Frozen Brothers GmbH	FILDERSTADT	DEUTSCHLAND
GANTNER Electronic GmbH Deutschland	BOCHUM	DEUTSCHLAND
Gartencenter Schwanebeck GmbH	PANKETAL	DEUTSCHLAND
Gauselmann AG	ESPELKAMP	DEUTSCHLAND
Geese Design Trends	LEHRTE	DEUTSCHLAND
Gerstlauer Amusement Rides GmbH	MÜNSTERHAUSEN	DEUTSCHLAND
GEZOLAN AG	DAGMERSELLEN	SCHWEIZ
Günter Engelhardt GmbH	HANNOVER	DEUTSCHLAND
H. M. Pallhuber GmbH & Co. KG	LANGENLONSHEIM	DEUTSCHLAND
Hagleitner Hygiene Deutschland GmbH	SAUERLACH	DEUTSCHLAND
Hags-mb-Spielidee GmbH	DAUPHETAL	DEUTSCHLAND
Heimotion GmbH	JAGSTHAUSEN	DEUTSCHLAND
HolodeckVR GmbH	NÜRNBERG	DEUTSCHLAND
Huss Park Attractions GmbH	BREMEN	DEUTSCHLAND
HVG Grünflächenmanagement GmbH	GELSENKIRCHEN	DEUTSCHLAND
Ice'N'Go Ltd. Ice'n'Go! Kft.	BUDAPEST	UNGARN
Ice-World GmbH	REGENSBURG	DEUTSCHLAND
IDEAL Kältetechnik GmbH	GMUNDEN	ÖSTERREICH
IFL Industrie-Leasing GmbH	RELLINGEN	DEUTSCHLAND
Intamin Amusement Rides	SCHAAN	LIECHTENSTEIN
IST-Studieninstitut GmbH	DÜSSELDORF	DEUTSCHLAND
J.J. Darboven GmbH & Co. KG	HAMBURG	DEUTSCHLAND
Jochen Schweizer mydays Holding GmbH	MÜNCHEN	DEUTSCHLAND
Jora Vision Europe B. V.	PX RIJNSBURG	NIEDERLANDE
KaGo & Hammerschmidt GmbH	WUNSIEDEL	DEUTSCHLAND
Kinderland Emsland Spielgeräte, ESF Emsland Spiel- u. Freizeitgeräte GmbH & Co. KG	GEESTE-DALUM	DEUTSCHLAND

KRAIBURG RELASTEC GmbH & Co. KG	SALZWEDEL, HANSESTADT	DEUTSCHLAND
Lagotronics Projects B.V.	VENLO	NIEDERLANDE
Lamb Weston Meijer vof	PJ KRUIJNINGEN	NIEDERLANDE
LAPPSET Spiel-, Park-, Freizeitsysteme GmbH	GRONAU	DEUTSCHLAND
Leasing Contor Hamburg Göpfert GmbH	HAMBURG	DEUTSCHLAND
Lumen GmbH Nahrungsmittel- und Maschinenfabrik	KULMBACH	DEUTSCHLAND
Mack Rides GmbH & Co. KG	WALDKIRCH	DEUTSCHLAND
MackNeXT GmbH & Co KG	RUST, BADEN	DEUTSCHLAND
MAGIC BOX ek Special Events	NEUSS	DEUTSCHLAND
Mamito GmbH	ST. WENDEL	DEUTSCHLAND
Maurer Rides GmbH	KIRCHHEIM B. MÜNCHEN	DEUTSCHLAND
McCain GmbH	ESCHBORN	DEUTSCHLAND
Metallbau Emmeln GmbH & Co. KG	HAREN	DEUTSCHLAND
Meyer Werft GmbH & Co. KG	PAPENBURG	DEUTSCHLAND
Mondial World of Rides	Terband	Niederlande
MORE FOR BRANDS GmbH		
Agentur für Mehrwert-Marketing	KÖLN	DEUTSCHLAND
Movemotions Productions Plan b GbR	KREFELD	DEUTSCHLAND
MS POS GmbH	WILLICH	DEUTSCHLAND
NGZ GmbH & Co KG	DAHLEWITZ	DEUTSCHLAND
Niehoffs Vaihinger Fruchtsaft GmbH	LAUTERECKEN	DEUTSCHLAND
n-tree solutions Ticketsysteme GmbH	BREGENZ	ÖSTERREICH
Nusser Stadtmöbel GmbH & Co.KG	WINNENDEN	DEUTSCHLAND
Nüssli (Deutschland) GmbH	ROTH	DEUTSCHLAND
OPTENDA GmbH	STUTTGART	DEUTSCHLAND
Oscar Bruch jr.	DÜSSELDORF	DEUTSCHLAND
Panasonic Marketing Europe GmbH	WIESBADEN	DEUTSCHLAND
Papo-Spielzeug & Welt von Figurin	EVRY CEDEX	FRANKREICH
Parkteam AG	RÖDELSEE	DEUTSCHLAND
PCO Group GmbH	GARMISCH-PARTENKIRCHEN	DEUTSCHLAND
PepsiCo Deutschland GmbH	NEU-ISENBURG	DEUTSCHLAND
Polar Twist Witt Trading GmbH	WILDAU	DEUTSCHLAND
PROFUND Consult GmbH	HAMBURG	DEUTSCHLAND
Radeberger Gruppe KG	FRANKFURT AM MAIN	DEUTSCHLAND
RED Online DE GmbH	GAU-ALGESHEIM	DEUTSCHLAND
RES GmbH Ride Engineers Switzerland	ALTENDORF	SCHWEIZ
Rinn Beton- und Naturstein GmbH & Co KG	HEUCHELHEIM	DEUTSCHLAND
SALOMON FoodWorld GmbH	GROSSOSTHEIM	DEUTSCHLAND
SAP Deutschland SE & Co. KG	WALLDORF	DEUTSCHLAND
Sektkellerei J. Oppmann AG	WÜRZBURG	DEUTSCHLAND
SIK-Holzgestaltungs GmbH Lalido – Die Spielplatzfabrik	NIEDERGÖRSDORF	DEUTSCHLAND
Simtec Systems GmbH	BRAUNSCHWEIG	DEUTSCHLAND
SKIDATA Deutschland GmbH	ALTDORF BEI LANDSHUT	DEUTSCHLAND
Spiel-Bau GmbH	BRANDENBURG AN DER HAVEL	DEUTSCHLAND
Starkfried GmbH	NORDERSTEDT	DEUTSCHLAND
SÜDVERS GMBH Assekuranzmakler	KÖLN	DEUTSCHLAND
Sunkid Heege GmbH	BASSENHEIM	DEUTSCHLAND
Surjeet-Reena Handelsge.MBH	FRANKFURT AM MAIN	DEUTSCHLAND

Textile One GmbH	DREIEICH	DEUTSCHLAND
The Gum Wall GmbH	MOSBACH	DEUTSCHLAND
thurConsult GmbH	LANDSCHLACHT	SCHWEIZ
Ticketcounter OS GmbH	DÜSSELDORF	DEUTSCHLAND
timeacle GmbH & Co. KG	HAMBURG	DEUTSCHLAND
TME RUSTA Playland GmbH	GERINGSWALDE	DEUTSCHLAND
TNC Production GmbH	LEIPZIG	DEUTSCHLAND
Unilever Deutschland GmbH	HAMBURG	DEUTSCHLAND
United Chocolate GmbH	WEISSENFELS	DEUTSCHLAND
Valensina GmbH	MÖCHENGLADBACH	DEUTSCHLAND
Vandemoortele Europe NV	HERFORD	DEUTSCHLAND
Vekoma Rides Manufacturing B. V.	VLODROP	NIEDERLANDE
Veniris GmbH & Co. KG	HILDESHEIM	DEUTSCHLAND
VIDEO IMAGE GmbH	EMMENDIGEN	DEUTSCHLAND
Wibit Parks GmbH	BOCHOLT	DEUTSCHLAND
Wolfsburg AG	WOLFSBURG	DEUTSCHLAND
Zamperla	ALTAVILLA VICENTINA	ITALIEN
ZIERER Karussell- und Spezialmaschinenbau GmbH & Co. KG	DEGGENDORF	DEUTSCHLAND

Aus dem Verband zum 31.12.2021 ausgeschieden sind:

Allgäu Fresh Foods GmbH & Co. KG, D-Tec Systems, D. Eulig GmbH,
Adon Germany GmbH, European Convenience Food GmbH, OPTENDA,
timeacle GmbH & Co. KG, Ice 'N Go, More for Brands GmbH

Mitkommen
Miterleben
Mitgestalten

Impressum

Herausgeber

Verband Deutscher Freizeitparks
und Freizeitunternehmen e.V. (VDFU)
Schillstraße 9
10785 Berlin (Tiergarten)

Kontakt

Telefon: +49 (30) 2336067-30
Telefax: +49 (30) 2336067-57
info@vdfu.org
www.vdfu.org

Präsident

Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen

Geschäftsführer

Jürgen Gevers

Redaktion

Janek Schwedek

Vereinsregister

Amtsgericht Berlin Charlottenburg 22367 Nz

Ust-IdNr.

DE 134187202

Bilder

Adobe Stock, Patrick *Titel*
Adobe Stock, jpgon 59
Adobe Stock, Polonio Video 58
Adobe Stock, Stefan Yang 58
Adobe Stock, Tierney 14, 28
Adrian Fohl 74–75, 78
Maren Martens 74–75, 77–79
unsplash 83

Gestaltung

Spellmeyer Design NTWRK



VDFU