



Messe! Welche Messe?

Trade Fair! What Trade Fair?

FAIR



Messe FSB-Special
FSB trade fair special

ACTIVITY

Bewegungsparks für alle Generationen
Cross-generational activity parks

ARENA

Kunstrasen garantiert Spielbetrieb
Synthetic turf guarantees play



Das Original!

minimond

...das Größte für die Kleinen



eibe Produktion + Vertrieb GmbH & Co. KG

Industriestraße 1 · D-97285 Röttingen

Tel.: 0 93 38/89-0 · Fax: 0 93 38/89-199

E-Mail: eibe@eibe.de · www.eibe.net

IOGEASFSB?

Wo waren Spielplatzgeräte auf der Messe Salon des Maires in Paris zu sehen? Spielplatzgeräte auf den Demo Tagen in Arnheim: nicht nennenswert. Herauskrystallisiert haben sich in Sachen Spielplatz und Messe die Fachmesse FSB in



Köln und die GaLaBau in Nürnberg. Nur bei diesen beiden Messen in Europa wird eine Messehalle mit Spielplatzgeräten gefüllt. Zu berücksichtigen ist sicherlich die IOG in London / Windsor. Interessante Ansatzpunkte liefert die Play Fair in Coventry und in Randbereichen die Messe EAS, die dieses Jahr in Amsterdam stattgefunden hat. Dabei sind Messen eines der wichtigsten Instrumente im Marketing-Mix. In Umfragen liegen Messeauftritte noch vor dem persönlichen Verkauf und Firmenpräsentationen. Gerade jüngere Entscheider und Führungskräfte setzen stark auf Messen.

IOGEASFSB?

Where were the items of playground equipment at the Salon des Maires trade fair in Paris? Play equipment at the Demo Dagen in Arnheim: not worth mentioning. For playground-representation and trade fairs there were the FSB trade fair in Cologne and the GaLaBau in Nuremberg. It was only due to these two trade fairs in Europe that an exhibition hall was filled with items of play equipment. Certainly the IOG in London / Windsor is worthy of consideration. Interesting starting points were provided by the Play Fair in Coventry and, in boundary areas, by the EAS trade fair which took place this year in Amsterdam. In this regard, trade fairs are one of the most important instruments in the marketing mix. According to survey polls, trade fair presentations are ahead of personal sales and company presentations in the popularity stakes. Younger decision-makers and managers have a strong presence at the trade fairs. This emerged from the current *Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung (LAE)* (lit. readership analysis of decision-makers in economy and administration), which was carried out in spring 2009 by LAE e.V., a consortium of pub-

Das geht aus der aktuellen Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung (LAE) hervor, die im Frühjahr 2009 von der LAE e.V., einem Zusammenschluss von Verlagen und Media-Agenturen, durchgeführt wurde. In der Gruppe bis 39 Jahre gehen 84,8 Prozent aller Befragten auf Messen, 68 Prozent mindestens einmal im Jahr. Generell besuchen 84,4 Prozent der insgesamt 2,4 Mio. Entscheider Messen, 68 Prozent besuchen mindestens einmal jährlich eine Messe. Mehrmals im Jahr werden Messen von 37 Prozent dieses Personenkreises besucht. Herausragend sind zwei Gruppen: Führungskräfte aus dem Bereich Forschung & Entwicklung / Konstruktion gehen zu 95 Prozent und aus Absatz und Marketing zu 89 Prozent regelmäßig auf Messen. Aber auch die Top-Entscheider in den Chefetagen sind messeaffin: 90 Prozent von ihnen nutzen Messen. Nach Auffassung des AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft bestätigen diese Ergebnisse die hohe Attraktivität der internationalen Messen in Deutschland für Einkaufs- und Beschaffungsentscheidungen. Messen sind Medien für die Zukunft. In Sachen Spielplatz sicherlich in Köln und Nürnberg.

Thomas R. Müller
Chefredakteur
PLAYGROUND@LANDSCAPE

lishers and media agencies. In the age group up to 39, 84.8 percent of all those surveyed attend trade fairs, with 68 percent attending at least once a year. Generally, 84.4 percent of the collective 2.4 million decision-makers visit trade fairs, and 68 percent visit at least once a year. Several times a year, trade fairs are visited by 37 percent of this group of people. Two groups stand out: Managers from the area of research & development / construction where 95 percent attend trade fairs and from the area of sales and marketing where 89 percent regularly attend. Even top decision-makers in executive suites are partial to trade fairs: 90 percent of them use trade fairs. According to AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., these results confirm the high appeal of international trade fairs in Germany for purchasing and procurement decisions. Trade fairs are the media of the future. Certainly in Cologne and Nuremberg when it comes to playground-related matters.

Thomas R. Müller
Editor-in-Chief
PLAYGROUND@LANDSCAPE



... einfach besser



**Jahresend-
Angebote**
bis 31.12.2009

**Profitieren Sie von
unserem Know-how**

- ✓ 40 Jahre sind unsere Stärke – Sicherheit und Qualität unser Erfolg
- ✓ International präsent
- ✓ Ständige Weiterentwicklung unserer Geräte
- ✓ Unsere Spielgeräte sind umweltbewusst und aus bestem kindersicheren Material hergestellt

**Fordern Sie
unseren neuen
Katalog an!**



aktiv & fit
mit Spiel und Spaß!

aukam Spielgeräte GmbH
Frankfurterstraße 187
D-34121 Kassel

Tel.: +49 (0)561 - 200 970
Fax: +49 (0)561 - 284 858
E-Mail: info@aukam.de
www.aukam.de



TRENDS	
Trends – Neue Produkte <i>New trends – New products</i>	S. 6

COVERSTORY	
Messen sind Medien für die Zukunft <i>Trade fairs are a medium with a future</i>	S. 14

FAIR	
bautec 2010: Segment freispielberlin <i>bautec 2010: freispielberlin segment</i>	S. 26

FSB-SPECIAL	
FSB 2009 bringt Schwung in die Branchen <i>FSB 2009 generates impetus in the sectors</i>	S. 28

LEISURE	
Immer an der Wand lang <i>Climbing the walls</i>	S. 36

<i>Heaven is a Halfpipe?</i>	S. 38
------------------------------	-------

Fraportler übernehmen den Bau eines Spielplatzgeländes <i>Fraportler undertake the construction of a playground area</i>	S. 42
--	-------

ACTIVITY	
Neue Entwicklungen von Bewegungsparks für alle Generationen <i>Development of new cross-generational activity parks</i>	S. 46

SAFETY	
Troisdorfs Spielplätze mit TÜV-Prüfsiegel <i>Troisdorf's playgrounds with TÜV seal of approval</i>	S. 54

SHOWROOM	
Multisport - Minispielbereiche mit maximaler Vielseitigkeit <i>Multi-use games areas – mini play areas with maximum versatility</i>	S. 56

ARENA	
Kunstrasen macht Fußballspiel hochwertiger <i>Synthetic turf allows higher quality football</i>	S. 58

Mobile Laufbahn in der O2-Arena <i>Mobile Running Track in O2 Arena</i>	S. 64
--	-------

Mobiler Sportplatz für draußen und in der Halle <i>A mobile sports pitch for outside and inside</i>	S. 65
--	-------

1000 Mini-Spielfelder für Deutschland <i>1,000 mini playing fields for Germany</i>	S. 66
---	-------

PANORAMA	
	S. 68

TOWNHALL	
Städte brauchen Entlastung. Interview mit Dr. Stephan Articus, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Städtetages <i>Cities need relief. An interview with Dr. Stephan Articus, Executive Director of the German Association of cities.</i>	S. 72

ASSOCIATIONS	
BSFH + FEPI & VDH – News	S. 78

BUSINESS MIRROR	
Branchen- und Herstellerverzeichnis <i>Manufacturers and trade directory</i>	S. 82

IMPRESSUM	
	S. 89

DATES PREVIEW	
	S. 90



Bringen Sie neuen Wind ins Spiel mit
EUROFLEX EPDM-Fallschutzplatten



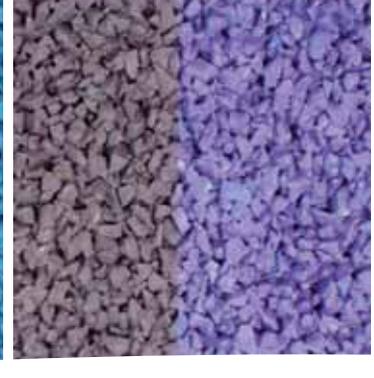
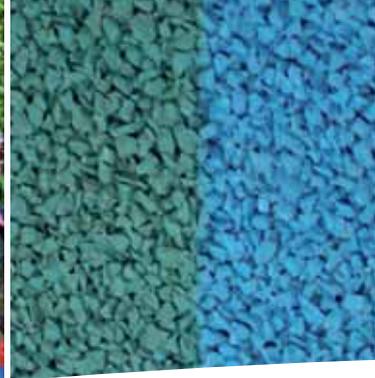
FALLSCHUTZ

Stoßdämpfende Bodensysteme
für Spielplätze und Multisportanlagen



Gummiwerk KRAIBURG RELASTEC GmbH · Fuchsberger Straße 4 · D-29410 Salzwedel
Telefon +49-(0)8683-701-199 · Fax +49-(0)8683-701- 4 199
E-Mail: sylvia.lohr@kraiburg-relastec.de · Internet: www.kraiburg-relastec.de/euroflex

EUROFLEX®



► Langanhaltende, brillante Farben für Ihren Fallschutzbelag

► Long-lasting, brilliant colours for your safety flooring

Der fugenlose Fallschutzbelag Playfix der Firma BSW ist in zahlreichen Farben und Farbkombinationen erhältlich und verwandelt triste Flächen in bunte Spielparadiese. Die Oberfläche besteht aus vollständig durchgefärbten EPDM Neugummi-Granulaten, die mit einem PU-Bindemittel vermischt werden. Unter Einfluss von Sonnenlicht vergilbt ein ausgehärtetes UV-unbeständiges Bindemittel (ein sog. aromatisches Bindemittel) an der Belagsoberfläche binnen kurzer Zeit. Diese Verfärbung hat jedoch keinen Einfluss auf die Eigenschaften des Materials. Bei normaler Frequentierung gewinnen diese Farben nach einiger Zeit wieder an Intensität. In den Randbereichen, wo üblicherweise keine oder kaum Benutzung stattfindet, kann die Verfärbung bis zu 1 1/2 Jahre sichtbar sein. BSW ist eines der wenigen Unternehmen, das hinreichend auf diese färblichen Veränderungen hinweist und von vorneherein ein UV-beständiges Bindemittel anbietet, das eine nahezu vollständige UV-Resistenz aufweist, damit die Farben lange erhalten bleiben.

www.berleburger.de /// Auf der Messe FSB: Halle 11.2 Q40/R41

The seamless safety flooring Playfix by the BSW company is available in numerous colours and colour combinations and transforms any dull and dreary area into a colourful play paradise. The surface consists of integrally coloured, PUR-bonded EPDM rubber granules. Under the influence of UV irradiation, a cured adhesive agent that is not UV-resistant (an aromatic adhesive agent as it is termed) turns yellow on its surface after some time. This discolouration, however, does not affect the material properties. With normal use, these colours regain their original intensity after some time. At the edges, which are usually hardly used or not used at all, the discolouration may remain visible up to 1 1/2 years. BSW is one of the few companies to sufficiently point out these changes in colour and offer an almost completely UV-resistant adhesive right from the start for brilliant, long-lasting colours.

www.berleburger.de /// At the FSB trade fair: Hall 11.2 Q40/R41

► Euroflex Fallschutzprodukte zertifiziert nach der neusten EN 1177:2008

► Euroflex shock-absorbent surfacing systems certified to the latest EN 1177:2008 standard

Mehr Sicherheit auf allen nationalen und internationalen Spielplätzen gewährleisten alle Euroflex Fallschutzprodukte der Gummiwerk Kraiburg Relastec GmbH. Das breite Spektrum der Fallschutzprodukte beinhaltet an erster Stelle die Euroflex Fallschutzplatten in klassischer Ausführung in den Farben rot, grün, schwarz und grau und Fallschutzplatten mit EPDM-Oberfläche in einer breiten Farbpalette. Diese wurden nicht nur nach der neusten Norm EN 1177:2008 durch den TÜV SÜD geprüft, sondern auch u. a. auf die Migration bestimmter Elemente nach der DIN EN 71-3 „Sicherheit von Spielzeug“. Die Prüfungen der Brandklassifizierung, Drainagefähigkeit und weitere produktspezifische Prüfungen runden die jeweilige Produktspezifikation ab. Das Sortiment bietet den Einsatz eines Produktes speziell auf eine bestimmte, durch die Anwendung oder das Spielgerät vorgegebene Fallhöhe bis zu drei Meter.

Die Euroflex Fallschutzplatten sind, bedingt durch die vormontierten Steckverbinder, einfach und schnell zu verlegen. Verunreinigungen durch Laub, Scherben oder Tierkot können problemlos gesichtet und gereinigt werden. Eine Beeinträchtigung des Spielgeräts erfolgt nicht. Spezielle Buchstaben-, Zahlen- und Motivplatten lassen jedem Architekten kreative Freiheiten. Die Euroflex Ballspielplatte wurde speziell für Sportflächen entwickelt und vereint Stoß dämpfende Fallschutzeigenschaften mit hervorragenden Ballspieleigenschaften. Die Kunstrasen Ballspielplatte ergänzt das Programm der pflegeleichten Bodensysteme und garantiert eine grüne Spielfläche unabhängig von der Jahreszeit.

Weitere Informationen: www.kraiburg-relastec.com

Auf der Messe FSB: Halle 11.2 S31

All Euroflex shock-absorbent surfacing systems by Gummiwerk Kraiburg Relastec GmbH ensure maximum safety in all national and international playgrounds. The wide range of shock-absorbent surfacing systems comprises firstly the Euroflex impact protection slabs/ basic version in the colours red, green, black and grey and impact protection slabs/ EPDM version available in a wide range of colours. These were not only tested in accordance with the latest EN 1177:2008 standard by TÜV SÜD, but also, among other things, for the migration of certain elements in compliance with DIN EN 71-3 "Safety of toys". Tests to determine the flammability rating and drainage capability as well as other product-specific tests complete the particular product specification. The products in the range are available in various critical fall heights of up to three metres – allowing you to select the protection required for a specific application or playground equipment. Pre-assembled connector pins permit easy and quick installation of the Euroflex impact protection slabs. Pollution caused by fallen leaves, broken glass or animal excrement can be easily spotted and cleaned. The play equipment is not affected hereby. Special letter, number and design slabs give architects plenty of creative freedom. The Euroflex sports pavement slabs were specially developed for sports facilities and combine shock-absorbing properties and outstanding ball rebound properties. The synthetic turf sports pavement slabs complete the range of easy-care and low-maintenance surfacing systems and guarantee a green pitch irrespective of seasons and weather conditions.

Further information: www.kraiburg-relastec.com

At the FSB trade fair: Hall 11.2 S31



► Noch mehr Sicherheit und Schutz gegen Vandalismus

► *Improved safety and protection against vandalism*

Huck hat bei allen Spielgeräten stets die Sicherheit und den hohen Spielwert im Blick. Beim Original-Vogelnest sorgt beispielsweise eine engmaschige Gliedermatte, auf der die Kinder sitzen, dafür, dass die Kleinen nicht durchrutschen und weder Arme noch Beine beim Schaukeln durchgesteckt werden können. So minimiert sich das Verletzungsrisiko. Der Boden ist stufenlos und sanft gerundet, damit „die Küken“ ergonomisch und geborgen im Vogelnest liegen. Eine extra starke Polsterung – stärker als von der geltenden Spielgeräte-Norm vorgeschrieben – bietet zudem ein Maximum an Sicherheit. Ab sofort kommt bei dem Vogelnest das neue Huck

Umwicklungstau mit einer 18-fachen Metallitzeneinlage zum Einsatz, das zusätzlichen Durchschnitenschutz bringt und das Vogelnest vor Beschädigungen durch Vandalismus schützt. Die Huck-Qualität zeigt sich auch am zusätzlichen Scheuerschutz aus Polyamid in den Kreuzungspunkten der Aufhängketten sowie am Übergang zum Nestkorb. Diese Ketten werden mit einem sehr hochwertigen, witterungsbeständigen und kälteflexiblen Gummischlauch überzogen. Bei fünf Jahren Garantie auf alle Materialien können Planer wie Betreiber sicher sein, die richtige Wahl getroffen zu haben. Sollte in diesem Zeitraum dennoch eine Reparatur notwendig werden, bietet der Huck-Service schnelle Abhilfe, inklusive des Transports.

Weitere Informationen: www.huck.net.

Auf der Messe FSB: Halle 3.2. B21/A20

All pieces of Huck play equipment are designed and developed with safety and a high play value in mind. With the original bird's nest, for example, a close-meshed chain link mat, on which the children sit, prevents the little ones from slipping through and sticking their arms or legs through the meshes when playing on the swing, thus minimizing the risk of injury. The seating area caters to the needs of both disabled and non-disabled children, is smooth and gently curved to ensure that the "chicks" lie ergonomically and snugly in the bird's nest. Moreover, an extra thick padding – thicker than stipulated by the current standard for playground equipment – ensures maximum safety. As of now, the bird's nest features the new Huck padded rope ring with an 18-fold stranded metal insert, which is to prevent the rope from being cut through and protect the bird's nest against damage caused by vandalism. The Huck quality also manifests itself in the additional chafe protection made of polyamide at the intersection point of the suspension chains as well as at the intersection to the nest basket. These chains are encased in high-grade, weatherproof rubber tubing, which remains flexible at low temperatures. With a five-year warranty on all materials, planners as well as operators can rest assured that they have made the right choice. Should nevertheless the need for repair arise within this period of time, the Huck service team will resolve the problem swiftly and, if necessary, undertake transport.

For further information, please visit: www.huck.net At the FSB trade fair: Hall 3.2. B21/A20



created by www.photo-text.de

Ein echter Treffer!

öcocolor

öcocolor ist auch in der Schweiz, Österreich und den Niederlanden erhältlich. Mehr Info im Internet.

öcocolor Fallschutz, Wege- und Bodenmaterial ist sicher, wirtschaftlich, umweltfreundlich, pflegeleicht, bei jeder Witterung nutzbar, einfach zu verbauen, vielfach geprüft und zertifiziert.

Hemkenroder Straße 14
D-38162 Destedt
Tel. +49 (0) 5306 941444
Fax +49 (0) 5306 941445
www.oecocolor.de

öcocolor
Spielplatzbelag
Fallschutz



Mehrgenerationen-Park am Binger Mäuseturm

*Multi-generational park at
the Bingen Mouse Tower*

Kann man einen schönen Park noch attraktiver machen? „Yes we can“ könnte die moderne Antwort in Bingen am Rhein lauten. Nach der preisgekrönten Planung des Landschaftsarchitekten Stefan Fromm entstanden hier am Eingang zum weltberühmten UNESCO-Welterbe „Oberes Mittelrheintal“ zur 3. rheinland-pfälzischen Landesgartenschau 2008 reizvolle Park-, Spiel- und Freizeitanlagen direkt am Rheinufer. Ein Teilbereich, der Park am Mäuseturm, ist besonders landschaftlich geprägt und wird durch seine Vielfalt an Nutzungsmöglichkeiten den Bedürfnissen unterschiedlicher Benutzergruppen gerecht. Die Palette der Angebote wurde jetzt erweitert durch einen Senioren-Fitnessparcours. Herzstück bilden acht Trainingsgeräte der Fa. Playfit in einem von Hecken umgrenzten geschützten Raum. Sie bestanden ihre Generalprobe unter der regen Aktivität unternehmungslustiger Senioren, die mit viel Spaß und großer Tatkraft zeigen, wie man im Alter noch fit und beweglich bleiben kann. Auch Volkshochschule und Binger Sportvereine nehmen den neuen Aktionsplatz an - das lässt auf schnelle Verbreitung, Integration und Akzeptanz des hierzulande noch ungewöhnlichen Angebotes hoffen.

Weitere Informationen: www.playfit.de

Auf der Messe FSB: Halle 3.2 C30/E31

Can a beautiful park be made even more attractive? „Yes, we can“ could be the 'hip' answer given in Bingen on the Rhine. Based on the award-winning design by landscape architect Stefan Fromm, attractive parks, playgrounds and leisure facilities were created there right on the banks of the river Rhine at the entrance to the world-famous UNESCO world heritage "Upper Middle Rhine Valley" on the occasion of the third Rhineland-Palatinate State Horticultural Show 2008. A subarea, the park at the Mouse Tower, is particularly scenic and meets the needs of different user groups by offering a wide variety of activities and amenities. A fitness trail for senior citizens has now been added to this range. Its core are eight pieces of fitness equipment by the company Playfit installed in a sheltered area surrounded by hedges. They passed the acid test when being vigorously tested by active senior citizens who have great fun exercising and show how to stay fit and agile even in old age. Adult education centres and Bingen sports clubs already make use of the new fitness park as well - which gives reason for hope that this type of outdoor fitness training, which is still unusual in these parts, will quickly spread, be integrated and become widely accepted.

Further information: www.playfit.de

At the FSB trade fair: Hall 3.2 C30/E31

► Seilparkour von Corocord erhält Qualitätssiegel

► *Corocord Rope Parkour has been awarded seal of quality*

Die Corocord Raumnetz GmbH freut sich über die Auszeichnung ihres Seilspielgeräts „Seilparkour“ mit dem Gütesiegel „Besonders entwicklungsfördernd“. Dieses wird jährlich von der Bundesarbeitsgemeinschaft für Haltungs- und Bewegungsförderung e. V. in Kooperation mit dem Projekt „Bewegte Schule“ Niedersachsen verliehen. Ein unabhängiges Expertenteam befand beim Seilparkour von Corocord die an diese Auszeichnung geknüpften hohen Qualitätsanforderungen als erfüllt. „Wir entwickeln und denken weiter als andere Hersteller – nicht umsonst nennt man uns daher „Die Raumnetz-Erfinder“. Die Auszeichnung mit dem begehrten Gütesiegel unterstreicht nicht nur die hohen Qualitätsstandards, denen alle Corocord Produkte entsprechen, sondern zeigt auch wieder einmal, dass wir ganz besonders entwicklungsgerechte Spiel- und Bewegungskonzepte realisieren. Unsere Seilspielgeräte fördern den natürlichen Bewegungsdrang der Kinder und bieten zugleich ein hohes Maß an Sicherheit.“ sagt Maria Molina, Leiterin des Bereichs Verkauf & Marketing von Corocord. www.corocord.de

Corocord Raumnetz GmbH are pleased that their rope play equipment "Rope Parkour" has been awarded the seal of quality "Besonders entwicklungsfördernd" ("particularly beneficial to development promotion"). The latter is awarded every year by the Bundesarbeitsgemeinschaft für Haltungs- und Bewegungsförderung e. V. (Federal Association for Promoting Good Posture and Physical Activity) in co-operation with Lower Saxony's project "Bewegte Schule". A team of independent experts deemed the Corocord Rope Parkour to meet the high quality requirements tied to this award. "We develop and think a step ahead of other manufacturers – not for nothing are we called "The Spacenet Inventors". The awarding of the coveted seal of quality not only underlines the high quality standards that all Corocord products meet, but also once again shows that we implement play and exercise concepts that particularly promote children's development. Our rope play equipment encourages and satisfies children's natural urge to move and, in addition, ensures a high level of safety," says Maria Molina, Head of Sales & Marketing at Corocord. www.corocord.de



► Hier ist Bewegung drin

► *Putting a spin on it*

Die neue, drehbare Seilpyramide Apollo macht einfach Spaß. Bis zu 35 Kinder finden hier Platz und können zusammen klettern oder einfach nur das Karussell genießen. Dieses Konzept spricht kleine Nutzer zwischen 5-12 Jahren an. Auch gehandicapte Kinder können hier Gemeinschaft erleben und sich den Fahrtwind um die Nase wehen lassen. Durch die bodennahe Einstiegsmöglichkeit ist der Zugang ein Kinderspiel. Zugleich fördert dieses Spielgerät den Teamgeist der Kinder. Denn richtig Spaß macht es nur, wenn man gemeinsam für Geschwindigkeit sorgt. Aber keine Angst: Die Geschwindigkeitsbegrenzung sorgt dafür, dass es nicht zu schnell wird. Gleichgewicht und Bewegung werden gefördert. Spaß auf dem Spielplatz ist hier vorprogrammiert. www.lappset.de

The new, revolving Apollo rope pyramid is simply great fun. It is designed to accommodate up to 35 children, who can climb together or simply enjoy the merry-go-round. This concept is targeted at children aged between 5 and 12 years. It allows also disabled children to experience a sense of community and let the wind blow through their hair while spinning around. Ground level access makes it child's play for children of all abilities to climb the rope pyramid. Besides, this playground equipment fosters team spirit in children. For it is only real fun when they co-operate to make it spin faster. But don't worry: The speed limitation ensures that it doesn't get too fast. It enhances sense of balance and encourages physical activity. Fun in the playground is guaranteed. www.lappset.de



► Neues Fitnessprogramm

► New range of fitness equipment

In diesem Jahr möchte die Fritz Müller GmbH ihr überarbeitetes sowie neues Fitnessprogramm präsentieren. Zu diesem Zweck wurden die bisherigen zehn Geräte im Erscheinungsbild sowie in der Funktion grundlegend überarbeitet und fünf komplett neue Geräte dem Programm hinzugefügt. Die Schlaufmaschine beispielsweise wurde von uns entwickelt und patentiert und ist ein bisher noch nie dagewesenes Gerät für den Outdoor-Fitnessbereich. Die Fritz Müller GmbH möchte mit der neuen Serie Jung und Alt ansprechen und damit ein robustes Produkt für den Einsatz auf generationsübergreifenden Spielplätzen anbieten.

Weitere Informationen unter www.fritzmueeller.de oder auf der Messe FSB: Halle 3.2 E11/D10

This year, Fritz Müller GmbH are planning to present their revised as well as new range of fitness equipment. To this end, the hitherto ten pieces of fitness equipment underwent a radical change regarding appearance and function and five completely new pieces were added to the range. The patented skiing machine, for example, was developed by us and is an unprecedented piece of outdoor fitness equipment. Fritz Müller GmbH want to cater to both young and old with their new line and offer a rugged product to be employed in cross-generational playgrounds.

For further information, please visit

www.fritzmueeller.de or our stand at the FSB trade fair: Hall 3.2 E11/D10



► Wiegenwippe

► Cradle seesaw

Das neue Bewegungs-Spaßgerät aus glasperlengestrahlem Aluminium mit wartungsfreiem Rollenlager ist für jedes Alter geeignet. Durch geschicktes Laufen wird die Wippe bewegt. Die Fallhöhe von 1,30 Meter macht es für Rasen zulässig. Es eignet sich sowohl als Element in einem Fitness-Parcours, wie auch als Einzelgerät. Weitere Informationen: www.hally-gally-spielplatzgeraete.de Auf der Messe FSB: Halle 3.2. B21/A20

The new fun- and activity-packed play unit made of glass bead-blasted aluminium with a maintenance-free roller bearing caters for all age groups. The seesaw is set in a pendulum motion by walking on it and cleverly shifting one's weight. Its fall height of 1.30 metres makes it admissible for installation on turf. It can be installed as a stand-alone item or incorporated as part of a fitness trail. Further information: www.hally-gally-spielplatzgeraete.de At the FSB trade fair: Hall 3.2. B21/A20



► Produkterweiterung für Kindergärten und Kindertagesstätten

► Product range extension for kindergartens and day nurseries

In Ergänzung zu der bestehenden Produktpalette hat Kaiser & Kühne sein Programm um einige Geräte erweitert, die speziell auf die Bedürfnisse der Kinder in Kindergärten und Kindertagesstätten abgestimmt sind. Hier finden sich unter anderem Spielgeräteklassiker wie Sandkasten, Schaukel, Karussell und Federwippe, ergonomisch angepasst auf Kleinkinder im Vorschulalter. Auf sechs Seiten hat Kaiser & Kühne Geräte übersichtlich zusammengefasst, die jedes Kinderherz höher schlagen lassen und die auf keinem Spielplatz fehlen sollten. Edelstahl, Robinienholz, HPL und EPDM Granulat finden hier in der bekannten exzellenten K & K Qualität Verwendung. Zahlreiche Details schaffen eine ausgewogene Verbindung von Design, Stabilität, Langlebigkeit und auch Sicherheit. Wer hat zum Beispiel nicht schon als Kleinkind versucht, auf Baumstämmen und Mauern zu balancieren? Deshalb haben wir einen extra breiten, rutschfesten, farbigen Balanciersteg entwickelt. Körpererfahrung, Spiel und Spaß sind hier kaum Grenzen gesetzt. Außerdem gibt es bei K&K fast unendlich viele Spielmöglichkeiten, die durch unsere Modulbauweise jederzeit erweitert und nach eigenen Wünschen und Vorgaben zusammengestellt werden können. Die Geräte sind in der Kindergartenbrochure zusammengefasst, die Sie über unsere Homepage unter www.http:kaiser-kuehne-play.com herunterladen können. Auf der Messe FSB: Halle 3.2. C30/E31

Kaiser & Kühne have extended their product range by adding some play items that are specifically tailored to meet the needs of children in kindergartens and day nurseries. Among them are classic pieces of playground equipment such as sandpits, swings, roundabouts and spring seesaws, ergonomically suited to pre-school children. On six pages, Kaiser & Kühne have compiled a concise collection of play equipment that makes children's hearts beat faster and that no playground should be without. Stainless steel, Robinia timber, HPL and EPDM granules are used to manufacture the well-known, superior quality K & K products. Numerous details create a well-balanced combination of design, stability, longevity and also safety. Who, for example, hasn't tried as a toddler to keep their balance while walking along tree trunks or walls? We have therefore developed an extra wide, non-slip, colourful balancing bar. K & K offer almost boundless opportunities to play, have fun and experience physical challenges. The modular design of our play equipment allows you to add components any time and arrange the play items according to your wishes and requirements. The equipment is listed in the kindergarten brochure, which can be downloaded from our website www.http:kaiser-kuehne-play.com.

At the FSB trade fair: Hall 3.2. C30/E31





► Schonende Fitness ► Gentle fitness

Sport und Bewegung tun gut. Trimpfade bieten vielseitige Bewegungs- und Trainingsmöglichkeiten. Ein echtes Plus sind Sportwege ausgelegt mit dem Gelenk schonenden Belag von öcocolor. öcocolor Wegebelag bietet für den menschlichen Bewegungsapparat einen schonenden Tritt, ähnlich dem eines Waldbodens. Das durch und durch natürliche und umweltfreundliche Material hat noch weitere Vorzüge: Es ist bei jeder Witterung und Jahreszeit nutzbar, Pfützen und Eisflächen können sich nicht bilden, da Feuchtigkeit abgeleitet wird. Verschmutzungen bleiben sichtbar an der Oberfläche und können problemlos beseitigt werden. öcocolor-Böden können selbstverständlich befahren werden. Installation presents no problems.. Der Einbau erfolgt selbst in Hanglagen ohne Randbefestigung und der erforderliche Pflegeaufwand wird jeden Betriebswirt begeistern. öcocolor ist zudem ein vorzügliches Bodenmaterial für Bolzplätze. Zu den erwähnten Vorteilen kommt noch, dass dieses Material merklich Geräusch dämpfend wirkt. Die Lärmentwicklung von aufschlagenden Bällen oder Tritträuschen wird von einem öcocolor-Boden deutlich reduziert. Dank der möglichen Farbenvielfalt sind bei der Planung einer Anlage auch jede Menge kreative Freiheiten gegeben. [Weitere Informationen www.oecocolor.de](http://www.oecocolor.de)

Sports and exercise are good for mind, body and soul. Fitness trails offer various opportunities to exercise and work out. The ne plus ultra are jogging paths with öcocolor surfacing, which is gentle on joints. öcocolor path surfacing is as cushioning and gentle on the human locomotor system as forest soil. The totally natural and environmentally friendly material has a lot of other advantages: It can be used in any weather and in any season. Puddles or ice can't form on it as water flows quickly through the surfacing material. Dirt or other soiling remains clearly visible on the surface and can easily be removed. Of course, bicycles, prams or wheelchairs can be easily manoeuvred on öcocolor surfacing. Installation presents no problems. Even on sloping ground, öcocolor surfacing does not need intricate retaining edging and it has proved to be very economical in respect of maintenance. Besides, öcocolor is an excellent surfacing material for kick-about areas. Apart from the aforementioned advantages, mention must be made of the superb sound-absorbing properties of this material. Öcocolor surfacing considerably reduces the noise resulting from balls bouncing on it or shoes stepping on it. The wide variety of possible colours gives planners plenty of creative freedom. [For further information, please visit www.oecocolor.de.](http://www.oecocolor.de)

► Großer Preis des Mittelstandes 2009 ► Großer Preis des Mittelstandes 2009



Zum 15. Mal wirbt die Oskar-Patzelt-Stiftung in diesem Jahr mit dem „Großen Preis des Mittelstandes“ für Respekt und Anerkennung des unternehmerischen Mittelstandes. Insgesamt wurden bundesweit 3366 mittelständische Unternehmen von Kommunen und Institutionen nominiert. Zu den entscheidenden Wettbewerbskriterien zählen neben der Gesamtentwicklung des Unternehmens, die Schaffung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen, die Modernisierung und Innovationen innerhalb des Unternehmens, das gesellschaftliche Engagement sowie Service, Kundennähe und Marketing. Von den in Berlin/ Brandenburg nominierten 403 Firmen wurden am 5. September 2009 in Magdeburg 4 Unternehmen mit dem „Großen Preis des Mittelstandes“ ausgezeichnet. Einer dieser Preisträger ist die Fa. SIK-Holz aus Langenlupsdorf in Brandenburg. Bereits 2008 als Finalist geehrt, wurden nunmehr über 20 Jahre Arbeit mit hartem Robinienholz und unermüdlicher Einsatz für kinder- und menschenfreundliche Wohnumfelder sowie andere gesellschaftliche Aktivitäten mit diesem Preis belohnt. www.sik-holz.de/ / Auf der Messe FSB: Halle 3.2 C30/E31

This year, the Oskar-Patzelt Foundation presented the 15th "Großer Preis des Mittelstandes" award in recognition of outstanding accomplishments by small and medium-sized businesses. 3366 businesses and personalities had been nominated nationwide by municipalities and institutions. The decisive competition criteria are the company's overall development, the creation of (apprenticeship) jobs, modernisation and innovation, social commitment as well as service, customer care, local presence and marketing. Out of the 403 businesses nominated in Berlin/ Brandenburg, 4 businesses were awarded the "Großer Preis des Mittelstandes" in Magdeburg on 5 September. One of these award winners is the company SIK-Holz from Langenlupsdorf in Brandenburg. Already a finalist in 2008, the company's more than 20 years of experience in the manufacture of play equipment made of hard Robinia wood and its unwavering commitment to creating child-friendly and humane dwelling environs as well as other social activities have now been rewarded with this award. www.sik-holz.de/ / At the FSB trade fair: Hall 3.2 C30/E31

► Outdoor Boulderwand Michelsberg ► Outdoor bouldering wall Michelsberg

Outdoor Boulderwand für Grundschulen, Kindergärten, Spielplätze, Schulhöfe, Campingplätze, Schwimmbäder, oder Parks. Durch die farbige Gestaltung der Paneelen und Griffe erhält die Boulderwand einen hohen Aufforderungscharakter. Die Wand kann überall ohne Fundament aufgestellt werden. Auf den wetterfesten und witterungsbeständigen TÜV-geprüften Kletterpaneelen sind 6 Klettergriffe je m² Kletterfläche montiert und laden zum Bouldern ein. Die Klettergriffe sind maßgeschneidert auf die besonderen ergonomischen Anforderungen von Kinderhänden, lösemittel- und emissionsfrei, lebensmittelunbedenklich und speichelfest, UV-lichtstabilisiert u. witterungsbeständig sowie frei von Schwermetallen. Die Konstruktion gewährt ohne Fundament höchste Standsicherheit. Die Kletterwand verfügt über ca. 10 m² senkrechte und geneigte Kletterflächen. Dies ist besonders für die jungen Kletterbegeisterten geeignet. www.ontopklettern.de

Outdoor bouldering wall for primary schools, nursery schools, playgrounds, schoolyards, camping sites, swimming pools or parks. The colourful design of the panels and handholds lends the bouldering wall a highly stimulative nature. The wall can be installed everywhere without requiring any foundations. Six climbing holds per square metre of climbing surface are mounted on the weatherproof, TÜV-tested climbing panels simply make you want to boulder climb for hours on end. The climbing holds are tailor-made to meet the specific ergonomic requirements of children, who have smaller hands than adults, they are solvent- and emission-free, food-safe and saliva-resistant, UV-resistant and weatherproof as well as free of heavy metals. The design ensures maximum stability even without foundations. The climbing wall has about 10 m² of vertical and sloping faces, which is particularly suitable for young climbing enthusiasts. www.ontopklettern.de





Vorher / Before



Nachher / After

► Kunststoffbodenreinigung in Leonberg ► Polyurethane surface cleaning in Leonberg

Immer häufiger findet man auf Spielplätzen, Kleinspielfeldern und Mehrzweckanlagen Kunststoffböden in Form von z.B. Gummigranulatböden oder Fallschutzplatten. Auch die Stadt Leonberg entschied sich dazu, einige ihrer Objekte mit Kunststoffböden auszustatten. Im Laufe der Jahre hat sich jedoch gezeigt, dass man ohne eine regelmäßige Pflege nicht auskommt. Denn findet diese nicht statt, kann man eine zunehmende Moos- und Algenbildung beobachten, die die Oberfläche des Kunststoffbodens für die Spielenden oder Sporttreibenden gefährlich rutschig machen kann. Darüber hinaus verstopfen Ablagerungen wie z.B. Pollen, Staub, Laub, ... die Poren. Dies hat zur Folge, dass sich die Oberfläche verhärtet und die Fallschutzeigenschaft vermindert wird. Aus diesen Gründen hat sich die Stadt Leonberg dazu entschieden, die Firma Sandmaster mit der Reinigung eines Sportplatzes zu beauftragen. Bei diesem Verfahren wird durch Hochdruck und rotierende Düsen Wasser auf den Boden gespritzt. Eine Besonderheit des Verfahrens stellt die direkte Absaugung des Schmutzwassers dar, welches gefiltert und je nach Verschmutzungsgrad mehrfach verwendet werden kann. Die Bereiche, die von der Maschine nicht bearbeitet werden können, wie z.B. Ecken, unter Spielgeräten, Treppen, etc. ..., können mit Hilfe einer integrierten Hochdrucklanze gereinigt werden. Darüber hinaus kommt das neue Verfahren ohne Chemieeinsatz aus. Möchte man eine langjährige Nutzungsdauer des Bodens erreichen, so ist es empfehlenswert, eine Reinigung jährlich durchzuführen. **Weitere Informationen:** www.sandmaster.de

*Polyurethane surfaces can more and more often be found in playgrounds, mini pitches and multi-purpose facilities for example in the form of rubber granulate surfaces or safety tiles. The city of Leonberg also decided to install polyurethane surfaces in some of their properties. Over the years, however, it turned out that regular cleaning and maintenance is simply a must. For if this does not take place, moss and algae will start to form, causing the polyurethane surface to become slippery and increasing the risk of injury for those playing sports. Moreover, dirt particles such as pollen, dust, foliage, etc. will cause the pores to become clogged, leading to the hardening of the surface. Its cushioning capabilities are thus reduced. For these reasons, the city of Leonberg decided to charge the Sandmaster company with the cleaning of a sports ground. With this cleaning process, water is sprayed onto the surface using high pressure and rotating jets. A special feature of the process is the direct extraction of the dirty water, which is filtered and reused as often as possible depending on the degree of pollution. Areas that are inaccessible to the machine, such as tight corners, underneath playground equipment, steps, etc., can be cleaned with the aid of an integrated high-pressure spray lance. Moreover, the new procedure does not require the addition of chemicals. To prolong the useful life of the surface, it is advisable to clean it once a year. **Further information:** www.sandmaster.de*

Unendliche Kombinationsmöglichkeiten...

The possibilities are endless...



Komplexe Themenspielanlagen, die es in sich haben!

- variable Planung
- hoch witterungsresistent
- robust und unverwüchtlich
- erweiterbar
- 100% kompatibel
- hochwertige, geprüfte Qualität
- natürliche Optik



PIEPER
H O L Z
www.PieperHolz.de

PIEPER HOLZ GmbH
D-59939 Olsberg
Phone +49 (0) 29 62 / 97 11-0
eMail post@pieperholz.de

Elaborate playground equipment that children will love!

- flexible installation
- highly weather-resistant
- robust and virtually indestructible
- easily extendable
- 100% compatible
- high quality, assured quality
- natural look



► Projekt „Playing on the Wildside“ ► Playing on the Wildside

Jugendliche im Alter zwischen 12 und 16 Jahren werden bald ihre Schutzhelme aufsetzen, um im Rahmen des Projekts „Playing on the Wildside“ des Bezirksrats von East Hertfordshire einen neuen Abenteuerspielplatz auf den King George V Sport- und Spielplätzen in Ware zu bauen.

Der Rat bildete den Ware Wildside Lenkungsausschuss, um Ideen von hiesigen Jugendlichen für den Bau eines neuen, fantasievollen Spielplatzes zu sammeln. Der Ausschuss war direkt in alles eingebunden, angefangen von der Gestaltung bis hin zur Auswahl und Beauftragung eines Unternehmers, und wird jetzt beim Bau des Spielplatzes mithelfen.

Viv Jebson, Geschäftsführer von Sutcliffe Play, des Unternehmens, das damit beauftragt wurde, die Beratungen, die Gestaltung und den Bau des neuen Spielplatzes zu leiten, sagte: „Es ist eine große Ehre, von den jungen Leuten ausgewählt worden zu sein, die schließlich den Abenteuerspielplatz nutzen werden. Wir arbeiten eng mit den Jugendlichen von Ware zusammen, um sie über die Gestaltung des Spielplatzes zu informieren. Dies führt zu einem regen und fruchtbaren Austausch und macht vor allem jede Menge Spaß. Wir haben kürzlich auf den Sport- und Spielplätzen einen Beratungsabend veranstaltet, zu dem viele junge Leute und Einwohner von Ware erschienen sind. Die Beratungen fanden in einem Doppeldecker-Bus statt, der uns freundlicherweise vom Hertfordshire Care Trust im Rahmen des Wheels Mobile Projekts zur Verfügung gestellt wurde. Dies ermöglichte uns, das geplante Vorhaben vorzustellen und Rückmeldungen von der lokalen Bevölkerung zu erhalten. Jugendliche wurden eingeladen, Modelle zu entwickeln, und Positive Playgrounds, ein am Projekt beteiligter Unternehmer, baute zusammen mit Gruppen von Jugendlichen Weidenmodelle. Nach Ende der Veranstaltung hatten wir ein klares Bild von den Wünschen und Vorstellungen der Jugendlichen und Einwohner von Ware gewonnen.“

Linda Haysey, Ratsmitglied und verantwortlich für die Bereiche Gemeindeentwicklung, Freizeit und Kultur, sagte: „Es ist wirklich wichtig, dass Kinder jeden Alters einen sicheren Ort zum Spielen haben, und der neue Spielplatz wird genau dies gewährleisten. Dieses Projekt ist insofern einzigartig als es der Tatsache Rechnung trägt, dass Jugendliche am besten qualifiziert sind, einen fantasievollen und aufregenden Spielplatz zu bauen, und es ihnen die Möglichkeit bietet, bei dem Bau mitzuwirken.“

Die Bauarbeiten am Spielplatz werden ab Mitte September beginnen und es wird sich den Jugendlichen sicher ausreichend Gelegenheit bieten, sich nach Schulschluss und am Wochenende zu engagieren.

Das Bauvorhaben ist Teil des Projekts „Playing on the Wildside“, das vom East Hertfordshire Council im Rahmen des Big Lottery Play Programme bezuschusst wird und zum Ziel hat, die Spielsituation für Kinder und Jugendliche im gesamten Bezirk zu verbessern und aufregende neue Spielplätze zu schaffen. www.sutcliffeplay.co.uk

Young people aged 12 - 16 will soon be putting their hard hats on to create a new adventure playground at King George V playing fields in Ware as part of East Herts Council's 'Playing on the Wildside' project.

The council formed the Ware Wildside Steering Group to gather ideas from local young people to create an imaginative new play area. The group has been heavily involved in everything from the design to helping choose a contractor and will now be assisting with the playground's construction.

Viv Jebson, Managing Director at Sutcliffe Play, the company appointed to lead the consultation, design and construction of the new playground said: "To be selected by the young people who will ultimately use the adventure playground is a great privilege. We're now busy working with Ware's youngsters to inform about the design of the playground in a process that involves lots of interactive and fun activities. We recently held a consultation evening on the playing fields which was well attended by local young people and residents. We were able to use a double decker bus provided by Hertfordshire Care Trust as part of their Wheels Mobile Project, as a base for the consultation. This allowed us to display the proposed scheme and receive feedback from the local community. Young people were invited to model structures and Positive Playgrounds, a contractor involved in the project, worked with groups of young people to build willow structures. We came away from the consultation with a clear idea of what the young people and residents of Ware would like us to create."

Executive member for community development, leisure and culture, Cllr Linda Haysey said: "It is really important that children of all ages have a safe place to play and the new play area will ensure that they have a place to do exactly that. This project is unique in the sense that it recognises the fact that young people are best qualified to create an imaginative and exciting play area and gives them the chance to be a part of creating it."

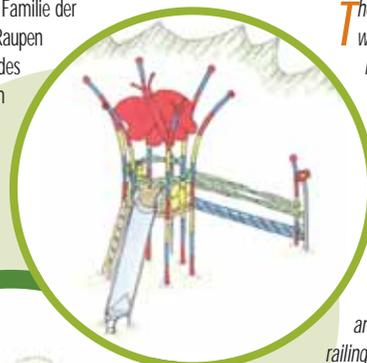
Construction will begin from mid-September and there will be opportunities for youngsters to get involved at after school and weekend sessions.

The development is part of East Herts Council's Big Lottery funded 'Playing on the Wildside' project which seeks to increase play opportunities for children and teenagers across the district and provide exciting new play areas. www.sutcliffeplay.co.uk

► Verwandlung – Von der Raupe zum Schmetterling

► Metamorphosis – from caterpillar to butterfly

Der Seidenspinner ist ein vor allem in China beheimateter Schmetterling aus der Familie der Echten Spinner (Bombycidae). Der Mensch nutzte schon früh die Fähigkeiten der Raupen dieses Schmetterlings, der Seidenraupen, zur Erzeugung von Seide. Thema des Spielplatzes ist die Verwandlung von der Seidenraupe zum Schmetterling: Raupenturm mit gebogenen Edelstahl-Standfüßen (farbig segmentweise lackiert) und einem Schmetterlingsdach, bestehend aus: einem Sechseckgestell mit nach außen gebogenen Edelstahlrohr-Standfüßen, am Ende mit Kugeln abgesetzt (Raupenkopfmotiv), einem Schmetterlingsdach aus HPL-Platten, mit eingravierten Flügeln, einer Netzbrücke aus Herkulestau blau, zwei Blatt-Geländer, Gestell aus Edelstahlrohr mit einem Raupenkopf und einer Blume aus HPL-Material, zwei Schmetterling-Brüstungen, drei Blatt-Geländern, eine Leiter mit Edelstahlsprosen, vorbereitet für den Anbau einer Edelstahlkletterstange und einer Spiel-Bau-Muldenrutsche. Der Entwurf wird im Oktober 2009 in Niederlehme in der Erich-Weinert-Straße realisiert. www.spiel-bau.de



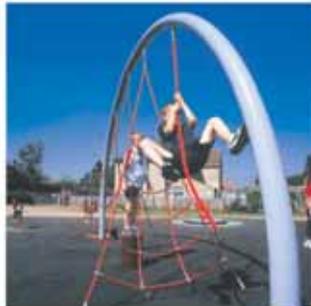
The silk moth is a butterfly in the Bombycidae family (silkworm moth), which is mainly native to China. Since time immemorial, man has made use of the silkworm's natural ability to produce silk. The playground's theme is the metamorphosis of the silkworm into a butterfly: caterpillar tower with bent stainless steel posts (with each segment painted a different colour) and a butterfly roof, consisting of: a hexagonal frame with outwardly bent posts made of stainless steel tubing with ball caps (caterpillar head motif), a butterfly roof made of HPL boards, with engraved wings, a net bridge made of blue steel wire rope, two leaf railings, frame made of stainless steel tubing with a caterpillar head and a flower made of HPL material, two butterfly parapets, three leaf railings, a ladder with stainless steel rungs, prepared for the attachment of a stainless steel climbing pole and a Spiel-Bau trough slide. The design will be implemented in Niederlehme in Erich-Weinert-Straße in October 2009. www.spiel-bau.de



HAGS
Inspiring a new generation



reddot design award
winner 2004





Messen sind eines der wichtigsten Instrumente im Marketing-Mix. In Umfragen liegen Messeauftritte noch vor dem persönlichen Verkauf und Firmenpräsentationen. Lediglich der eigene Internetauftritt wird als wichtiger angesehen. Vor allem auch kleinere Unternehmen setzen auf internationale Leitmessen, um ihre Exporte auszubauen. Und welches ist die Leitmesse für die Hersteller von Spielplatz- und Freizeitanlagen?

Laut einer Studie des AUMA (AUMA - Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.) aus dem Herbst 2006 sind die wichtigsten Absatzziele von Unternehmen bei Messen die Steigerung der Bekanntheit, die Neukundengewinnung, die Präsentation von Produkten bzw. Leistungen und die Stammkundenpflege. Der Grund hierfür liegt darin, dass Messen Unternehmen die Gelegenheit bieten, ihre Präsenz in der Branche zu unterstreichen. Sie können sich im Wettbewerbsvergleich positionieren und eine Kundenkommunikation pflegen, die ihnen ansonsten nicht möglich ist. Die Business- to- Business Kommunikation auf Messen weist daher auch nur geringe Streuverluste auf. Somit sind zwanzig Messekontakte pro Tag effektiver, als jede andere Kommunikationsmaßnahme. Vor diesem Hintergrund wird klar, warum über zwei Drittel der deutschen Messeaussteller die internationalen Messen in Deutschland als wichtig oder sehr wichtig für ihr Auslandsgeschäft betrachten.

Meinungen, dass elektronische Medien Messen irgendwann ablösen werden, gehören längst der Vergangenheit an. Der Großteil der Wirtschaft setzt weiterhin auf das emotionale dialogische Kommunikationsevent, um vorhandene und neue Zielgruppen anzusprechen. Und das nicht ohne Grund: Die Erklärungsbedürftigkeit vieler Produkte und Dienstleistungen nimmt zu; unterschiedliche Anwendungsmöglichkeiten erschweren die Kaufentscheidung. Die Angebotsvielfalt wächst. Erfahrungsaustausch und Gespräche werden zunehmend wichtiger. Im Event- und Erlebniszeitalter gelten Emotionalität und Kundennähe als besondere Wettbewerbsvorteile.



Trade fairs are a medium with a future

Trade fairs are one of the most important tools in the marketing mix. In surveys, the trade fair stand still rates higher than one-to-one selling or corporate presentations. Only the company website is seen as more important. Small firms in particular use leading international trade fairs to expand their export business. So which trade fair is the leading event for manufacturers of playground and leisure facilities?

According to a report published by the German Trade Fair Industry Association (AUMA - Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.) in the autumn of 2006, key sales goals for companies attending trade fairs are to raise their profile, acquire new customers, present products and services, and liaise with existing clients. The overall reason for exhibiting is that trade fairs offer companies the chance to highlight their presence in the industry. They can position themselves in relation to the competition and engage with their customers in ways that are not normally possible. Accordingly, B2B communication at trade fairs produces little in the way of wasted effort. Twenty trade fair contacts per day are thus more effective than any other communication strategy. Considered in this light, one can see why over two-thirds of German trade fair exhibitors view the international trade fairs in Germany as being "important" or "very important" for their overseas business.

MESSEN

sind Medien für die Zukunft

► Vor allem kleine Exporteure setzen auf Messen made in Germany. Die meisten deutschen Exporteure starten ihr Auslandsmarketing bereits auf ihren Beteiligungen an Inlandsmessen. Von den deutschen ausstellenden Unternehmen, die exportieren, betrachten 70 Prozent internationale Messen in Deutschland als sehr wichtig oder wichtig für die Stärkung ihres Auslandsgeschäftes. Das ist eines der Ergebnisse des AUMA_MesseTrend 2009. Auslands-messen sind dagegen nur für 57 Prozent der exportierenden Aussteller von Relevanz. Vor allem kleinere Unternehmen mit unter 50 Mio. Euro Umsatz setzen bei ihrem Export vorrangig auf die internationalen Messen in Deutschland: Über 70 Prozent halten Inlandsmessen, nur gut die Hälfte Auslands-messen für exportrelevant. Von den Unternehmen mit über 50 Mio. Euro Umsatz halten dagegen drei Viertel Auslands-messen für sehr wichtig oder wichtig zur Stärkung des Exports. Aber gleichzeitig sehen auch 70 Prozent dieser Gruppe Inlandsmessen als exportrelevant an.



Selbst relativ große Exporteure betrachten also ihre inländischen Messebeteiligungen als wesentlichen Baustein für ihr Exportmarketing. Nach Einschätzung des AUMA hatten die internationalen Leit-messen in Deutschland offensichtlich einen wesentlichen Anteil an den außergewöhnlichen Export-erfolgen der deutschen Wirtschaft in den letzten Jahren.

Für B-to-B-Aussteller sind Messen ebenfalls ein wichtigstes Medium. Unternehmen, die auf Fachbesuchermessen ausstellen, ergänzen ihr Marketing mit einer Vielzahl anderer Instrumente: 83 Prozent setzen auch auf Direct Mailing, 76 Prozent schalten zusätzlich Werbung in Fachzeitschriften und 75 Prozent setzen auch auf Außendienst oder Vertreter. Messebeteiligungen nehmen jedoch durchschnittlich 40 Prozent des Marketingetats ein und sind damit im B-to-B-Sektor das wichtigste Instrument. Investitionsgüteraussteller sind über die Messebeteiligungen hinaus besonders kommunikationsstark. Nahezu alle Firmen dieses Sektors setzen mehrere Instrumente gleichzeitig ein: fast 90 Prozent nutzen neben Messen den Außendienst, 86 Prozent Direct Mailing und

► *The idea that electronic media will eventually replace trade fairs is one that itself belongs firmly in the past. Most of the business world continues to rely on these emotional, dialogue-driven communication events to engage their present and future customers. There's a good reason for this: many products and services now have a longer learning curve, while a wealth of different usage modes makes purchase decisions more difficult. Product ranges never stop expanding. Swapping notes and engaging in discussion becomes more important. In this age of "events", getting emotional and close to the customer brings real competitive advantages. "Made in Germany" trade fairs attract small-scale exporters in particular. Most German exporters launch their overseas marketing as part of their participation in domestic trade fairs. One of the figures from AUMA's Trade Fair Trends 2009, which considers German companies that both exhibit and export, shows that 70 percent view international trade fairs in Germany as "very important" or "important" for bolstering their overseas business. Foreign trade fairs, on the other hand, are relevant for only 57 percent of the exhibitors who export. Small companies (turnover under EUR 50m) view international trade fairs in Germany as especially useful for their export business: over 70 percent find domestic fairs relevant, yet only about half find foreign fairs of value. In comparison, three-quarters of compa-*

nies with turnover exceeding EUR 50m see foreign fairs as "very important" or "important" for boosting their exports. Nonetheless, 70 percent of this group also view domestic fairs as relevant for exports. Accordingly, even fairly major exporters view their attendance at domestic fairs as a key element in their export marketing strategy. AUMA estimates that the international trade fairs in Germany have made a significant contribution to the extraordinary export successes achieved by the German economy in recent years.

Trade fairs are also an important medium for B2B exhibitors. Companies exhibiting at specialist trade fairs expand their marketing efforts to include many other instruments: 83 percent also use direct mailing, 76 percent utilise additional advertising in specialist trade publications and 75 percent also use field sales staff or reps. However, participation in trade fairs typically consumes 40 percent of the marketing budget and is thus the core instrument in the B2B sector. Investment service providers are particularly adept at communicating beyond their trade fair participation. Almost all businesses in this sector use several instruments simultaneously: nearly 90 percent use field sales staff as well as trade fairs, 86 percent use direct mailing and another 86 per- ►



ebenfalls 86 Prozent Anzeigen in Fachzeitschriften. Präsentationen auf Kongressen veranstalten 63 Prozent, jedoch setzen nur 38 Prozent auf Verkauf und Vertrieb per Internet.

Messe und Kinderspielplatz

Die Messe FSB – ein wichtiges Marketinginstrument für die Branche der Spielplatzgeräte-Hersteller!? Warum? Dazu Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Koelnmesse GmbH: „Die FSB ist die führende Business-, Kommunikations- und Kontaktplattform der internationalen Sport- und Freizeitindustrie. Sämtliche Aussteller der FSB – und damit auch die Spielplatzgerätehersteller – profitieren von der sehr hohen Internationalität und Qualität der Fachbesucher: 60 Prozent der Besucher kommen aus dem Ausland nach Köln. Gleichzeitig sind 90 Prozent aller Besucher an Einkaufs- und Beschaffungsentscheidungen beteiligt. Damit erreichen Spielplatzgerätehersteller auf der FSB Entscheider aus aller Welt.

Zudem sind Messen ein antizyklisches Marketinginstrument, dem gerade unter wirtschaftlich schwierigen Rahmenbedingungen besondere Bedeutung zukommt. Generell sind die Voraussetzungen für Hersteller von Sport- und Freizeitanlagen und damit auch für Spielplatzgerätehersteller derzeit sogar besser als für viele andere Branchen. Denn aufgrund kommunaler Konjunkturpakete und eines hohen Renovierungsbedarfs bei Sport- und Freizeitanlagen werden erhöhte Investitionen erwartet. Viele Branchenvertreter gehen deshalb davon aus, dass die FSB als weltweit führende Messe be-

sonderen Schwung für die beteiligten Wirtschaftszweige bringt. Unabhängig von diesen allgemeinen Rahmenbedingungen hat sich die FSB in den letzten Jahren speziell für Spielplatzgerätehersteller zu einer immer wichtigeren Plattform entwickelt. Denn der Freiraum-Bereich der Messe wurde deutlich ausgebaut. So sind zahlreiche namhafte Hersteller auf der diesjährigen FSB vertreten. Unsere Partnerschaft mit der Stadt und Raum Messe und Medien GmbH trägt dazu bei, den Freiraumbereich der FSB mit einem attraktiven Veranstaltungskonzept zu stärken.

Das sind Highlights, die sicherlich viele Besucher anlocken, die sich für Spielgeräte interessieren, also Landschaftsarchitekten, Planer, Ingenieur-Büros, Kommunen, Betreiber von Anlagen sowie Verantwortliche für Spielplätze, Schulen und Kindergärten. Zumal in diesem Jahr ein höchst aktuelles Thema im Mittelpunkt steht: der demografische Wandel und die Herausforderung, urbane Räume für alle zu schaffen – generationenübergreifend und barrierefrei.

Unabhängig davon bietet die FSB Spielplatzgeräteherstellern sehr gute Möglichkeiten, um mit Planern und Landschaftsarchitekten in Kontakt zu treten. Denn zahlreiche Berufsgruppen nutzen die Messe für eigene Veranstaltungen. Das fängt bei der Forschungsgesellschaft Landschaftsentwicklung Landschaftsbau (FLB) an, reicht über den Landschaftsarchitektentag NRW unter dem Motto „Land schafft Landschaft“ und endet bei der Gartenamtsleiterkonferenz NRW. Nicht zuletzt gestalten immer mehr Hersteller von Spielplatzgeräten auch multifunktionale Spiel- und Sportanlagen für Kleinfeldsportarten im Outdoor-Bereich. Für sie ist die FSB der optimale Ort, um mit ►



Besuchen Sie uns auf der
FSB Köln
Internationale Fachmesse
für Freiraum,
Sport- und Bäderanlagen
vom 28.10.2009 bis
30.10.2009
Halle 3.2 Stand C 78



**GENERATIONEN
AKTIV-PARK®**



Die Sicherheit. Die Qualität. Das Original.

Richter Spielgeräte GmbH

83 112 Frasdorf · Telefon 080 52/179 80 · www.richter-spielgeraete.de



- Entscheidungsträgern für die Realisierung derartiger Projekte in Kontakt zu treten. Denn die FSB ist für alle, die im Sport- und Freizeitanlagenbau tätig sind, der internationale Treffpunkt Nr. 1.“

Die Fachmesse GaLaBau – ein wichtiges Marketinginstrument für die Branche der Spielplatzgeräte-Hersteller!? Warum? Dazu Roland Kast, Projektleiter der GaLaBau, NürnbergMesse: „Die GaLaBau mit dem Fachteil Playground ist ein sehr wichtiges Marketinginstrument für die Spielplatzgeräte-Hersteller, keine Frage. Hier treffen sie genau auf ihre Zielgruppen. Alle, die für Planung, Bau und Pflege von Spielplätzen verantwortlich sind, werden zur GaLaBau nach Nürnberg eingeladen. Neben den Landschaftsarchitekten, Kommunen und GaLaBau-Betrieben sind das insbesondere Betreiber von Spielplatz- und Freizeitanlagen, wie zum Beispiel Freizeitparks, Hotels, Campingplätzen, Kindergärten, Wohnungsbaugesellschaften.

Aber nicht nur die Qualität des Publikums stimmt, auch die Quantität. Auf der letzten GaLaBau zählten wir rund 62.000 Fachbesucher, davon rund sieben Prozent aus dem Ausland. Jeder vierte Besucher gab in einer Befragung an, sich für die Themen „Spielplätze, Freizeitanlagen und Sportplätze“ zu interessieren und diesen Fachteil auch zu besuchen. Hier liegt ein klarer Vorteil des Marketinginstruments Messe im Vergleich zu beispielsweise Außendienstbesuchen, die zwar wichtig, aber auch recht aufwändig sind und mit denen man nur eine begrenzte Zahl an Kunden abdecken kann. Auf einer Messe habe ich die Möglichkeit, innerhalb kürzester Zeit – die Messe dauert vier Tage – viele Kunden zu treffen, bestehende Beziehungen zu pflegen, aber auch neue Kunden oder Interessenten relativ einfach zu gewinnen. Messen nehmen im Marketing-Mix von Unternehmen meiner Meinung nach auch deshalb eine so wich-

tige Rolle ein, weil eine Messe ein persönliches Medium ist. Auf Messen menschelt es. Über Werbung in Fachzeitschriften kann ich den Namen meines Unternehmens ins Bewusstsein bringen. Durch Direktmailings kann ich über ein neues Produkt informieren. Im Internet kann ich Produktfotos einstellen und Produkteigenschaften beschreiben. Aber mit meinen Kunden ins Gespräch kommen, erfahren, welche Spielplatzprojekte sie planen oder sie ein Spielplatzgerät ausprobieren lassen – das geht nur auf Messen. Last but not least ist die Fachmesse GaLaBau mit dem Fachteil Playground für die Hersteller von Spielplatzgeräten und Freizeitanlagen auch deshalb ein wichtiges Marketinginstrument, weil sich hier die gesamte Spielplatz-Branche trifft. Neben dem Bundesverband für Spielplatzgeräte- und Freizeitanlagen-Hersteller (BSFH) und der führenden Fachzeitschrift *Playground@Landscape* sind die namhaften Unternehmen vertreten. Das Fehlen eines Herstellers würde bedeuten, der Konkurrenz das Feld zu überlassen. Und wer möchte das schon?“

Hersteller-Meinungen

Tilo Eichinger, eibe Produktion + Vertrieb GmbH & Co. KG: „Das Instrument Messe ist ja nicht ganz unumstritten,

► cent use ads in trade publications. Some 63 percent organise presentations at conferences, although only 38 percent use the Internet for sales and distribution.

Fairs and children's playgrounds

The FSB trade fair – a key marketing instrument for playground equipment manufacturers? If so, why? Oliver P. Kuhrt, Managing Director of Cologne's Koelnmesse GmbH, comments: "FSB is the leading business, communication and contact venue for the international sport and leisure industry. All exhibitors at FSB – including manufacturers of playground equipment – benefit from strong foreign participation and the quality of the expert visitors: 60 percent of visitors to Cologne are from abroad. At the same time, 90 percent of all visitors have roles in purchasing and procurement management. FSB thus brings playground equipment manufacturers into contact with decision-makers around the world.

Moreover, trade fairs are anti-cyclical marketing instruments that have a significance all their own, and especially during periods of economic difficulty. In general, producers of sport and leisure facilities – including makers of playground equipment – are currently enjoying conditions that are even better than those in other sectors. State-funded recovery packages and the considerable maintenance needs of sport and leisure facilities are fostering expectations of increased investment. Many industry experts therefore assume that FSB – as a leading global trade fair – will generate considerable momentum for the economic sectors involved.

Even notwithstanding these generally favourable conditions, FSB has been increasing in importance as a platform for playground equipment makers in particular in recent years. The trade fair's open space area has seen continual expansion. Accordingly, many well-known makers are represented at this year's FSB. Our partnership with Stadt und Raum Messe und Medien GmbH also works to enhance the open space area at FSB with an attractive event program. These highlights are certain to attract many visitors interested in play equipment – such as landscape architects, planners, consulting engineers, authorities, facility operators and those responsible for play areas, schools and kindergartens. Especially since this year's fair focuses on a truly up-to-date topic: demographic change and the challenge of creating urban spaces for everybody, whatever their physical condition or age group. Independently of this, FSB offers playground equipment makers an excellent opportunity to make contact with planners and landscape architects. After all, many industry sectors use the trade fair to host their own events. This includes events with a focus on landscape development (Forschungsgesellschaft Landschaftsentwicklung Landschaftsbau (FLL) and Landschaftsarchitektentag NRW – "Land shapes landscape") and public parks (Gartenamtsleiterkonferenz NRW). Last but not least, increasing numbers of playground equipment makers are also designing multifunctional play and sport facilities for small-format outdoor sports. For such makers, FSB is the ideal event at which to meet decision-makers involved in the implementation of such projects. In short, FSB is the No. 1 international venue for all those involved in sport and leisure facility manufacturing."



da die Messbarkeit des Erfolges vielen Unternehmen schwer fällt.

Die Spielgerätebranche hat sich immer eine eigene Messe gewünscht und solche Veranstaltungen auch ins Leben gerufen, allerdings mit dem Resultat, dass es zwar hoch interessierte, aber zu wenige Besucher gab.

Großer Vorteil von Messen sind sicher die direkten Gespräche zu den Besuchern, die sich über Unternehmen, Dienstleistungen und Produkte von Anbietern informieren können. Daneben ist der Reiz natürlich die unterschiedlichen Anbieter miteinander zu vergleichen, da sich der Besucher Informationen und Eindrücke einholt und so innerhalb eines oder weniger Tage einen guten Überblick verschaffen kann, welche Anbieter nun für ihn der geeignete Partner ist. Diese komprimierte Art, sich einen repräsentativen Querschnitt über den Markt einzuholen ist sicher nur auf einer Fachmesse möglich. Von daher ist es für die Branche wichtig, dass sich Unternehmen zahlreich und ausführlich präsentieren. Nutzbringend sind sicher auch die Möglichkeiten neben dem eigentlichen Kernangebot der Branche auch die vielen Firmen zu sehen, die sich sozusagen am Rand von Märkten mit interessanten und innovativen Zusatzleistungen aufhalten.

Das Unternehmen eibe stellt auf der GaLaBau aus, für uns die interessanteste deutsche Messe im Spielplatzbereich. Unser Engagement bei der FSB wollten wir vom Auftritt des BSFH abhängig

machen, unglücklicherweise konnte die Kölnmesse dann keinen ausreichend großen Stand mehr für eibe anbieten, weswegen wir unsere Teilnahme abgesagt haben. Das wird in zwei Jahren möglicherweise anders aussehen. Hier wird der BSFH nach der FSB 2009 in intensive Gespräche mit der Kölnmesse treten. Daneben war die PlayFair in UK eine hervorragende Plattform, so dass die Saltex zur Zeit damit uninteressant ist. In der Niederlande ist eibe auf der Recreatievak beurse Gorichem, NL und Recreatie Vakbeurs in Hardenberg, NL vertreten. Eine weitere für eibe wichtige Messe ist die EAS in Amsterdam.

Messen sind für Besucher wie Aussteller von hoher Bedeutung, denn auch die Aussteller begeben sich in Gespräche über spezifische Themen ihrer Märkte. So hat der BSFH auch immer interessante Sonderthemen aufgegriffen, sei es die zunehmende Zusammenarbeit mit der einschlägigen Fachpresse, Erstellung von Sonderschauen zum Thema Senioren, Kleinkind oder Galabau. Allerdings kann eine Messe nur ein Instrument im Marketingmix sein, da alle Kontakte im nachhinein nachgearbeitet werden müssen. Da tut sich der leicht, der gute Präsentationsmittel und einen funktionierenden Außendienst hat.“

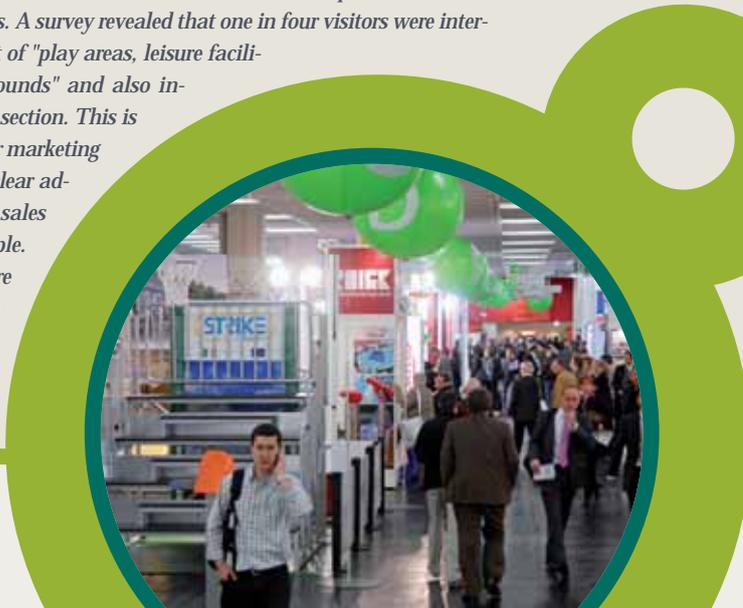
Eric Kunegel, Husson International: „Die Messe ist für uns eine Möglichkeit, um Bedürfnisse zu entdecken, neue Kunden kennen zu lernen, neue Produkte zeigen zu können, neue Projekte zu bekommen. Die Messe-Resonanz ist ein bisschen wie ein Markt-Barometer.

Als Aussteller besuchen wir die Messen GaLaBau, FSB, IOG Saltex, Play Fair, Salon des Maires. Die Batimatec (Algerien) und die Project (Qatar). Dazu viele kleine regionale Messe in Frankreich. Es gibt Messen wie zum Beispiel die GaLaBau oder den ▶

The GaLaBau specialist trade fair – a key marketing instrument for playground equipment manufacturers? If so, why? Roland Kast, GaLaBau Project Manager at Nuremberg's NürnbergMesse, explains: "GaLaBau, with its dedicated 'Playground' section, is naturally a key marketing instrument for playground equipment makers. Here, the makers meet just the right customers. All those involved in the planning, construction and maintenance of play areas are invited to attend Nuremberg's GaLaBau. As well as landscape architects, authorities and operators of parks and gardens, many visitors manage playground and leisure facilities such as leisure parks, hotels, campsites, kindergartens and community housing projects. And it's not just the quality but the quantity of visitors we receive. Some 62,000 specialist visitors attended the last GaLaBau – 7 percent of whom came from overseas. A survey revealed that one in four visitors were interested in the subject of "play areas, leisure facilities and sports grounds" and also intended to visit this section. This is where the trade fair marketing instrument has a clear advantage over field sales visits, for example. While field sales are important, they are very time-consuming and permit one to reach

only a limited number of customers. Although the trade fair lasts just four days, this short space of time gives me the chance to meet many customers and renew my existing contacts, while also making it fairly easy for me to gain new or potential customers. In my opinion, trade fairs play such a key role in the corporate marketing mix because a trade fair is a highly personal medium. Trade fairs are people places. An ad in a trade publication helps me to raise the profile of my company name. With direct mailings, I can inform people about a new product. And I can upload product photos and descriptions of product features to my website. But if I need to talk to my customers, find out which playground projects they are planning or let them try out playground equipment themselves – then I need a trade fair. Finally,

the GaLaBau specialist trade fair, with its special 'Playground' section for playground equipment and leisure facility makers, is also a key marketing instrument because here one can meet the entire playground industry. As well as the BSFH – the German national association of playground equipment and leisure facility makers – you have the leading technical publication Playground@Landscape and all the well-known businesses. Non-attendance would mean that a manufacturer was leaving the field to the competition. And who'd want to do that?" ▶



► Salon des Maires, wo wir immer teilnehmen. Sonst fragen sich unsere Kunden, warum sie uns nicht mehr dort treffen können. Diese Messen sind für uns, weil wir dort seit sehr langer Zeit schon ausstellen, ein wichtiger Treffpunkt für Informationen.“

Viv Jebson, Sutcliffe Play

Limited: „Einen Großteil unseres Marktes bilden die Kommunalbehörden, mit denen wir regelmäßig in Kontakt stehen, weshalb die Auswirkung der Messen auf diesen Markt schwer zu bestimmen ist. Wir stellen dort aus, wo wir entweder etwas Neues vorstellen können oder etwas, was für dieses Gebiet neu ist. So zum Beispiel, als wir im Südosten vom Verkauf durch einen Händler zum direkten Verkauf



► **Manufacturer opinions**

Tilo Eichinger, eibe Produktion + Vertrieb GmbH & Co. KG:

"There is of course some debate about the utility of trade fairs, since many firms find their ROI hard to assess.

The playground equipment sector has always wanted a trade fair of its own and has even attempted to host such events – but this has resulted in events attended by just a few – albeit highly-interested – visitors.

The huge advantage of trade fairs is certainly the direct conversational contact with visitors, who can come and learn about companies, services and product ranges. Of course, it's also appealing to be able to compare the various companies in the industry: visitors can gather lots of information and impressions, and thus need only one or two days before they have a reasonable idea about the companies most suitable for a partnership. This "quick-fire" method of reviewing a representative cross-section of the market is surely only possible at a specialist trade fair. Accordingly, the industry needs companies to exhibit in sufficient numbers and on a sufficient scale. Apart from the industry's core businesses, it also helps to be given the chance to see the many other companies located at the "edge" of the market, so to speak, who offer interesting and innovative complementary services.

Our company, eibe, exhibits at GaLaBau – the most interesting German trade fair for us in the playground sector. As regards FSB, we decided to link our exhibition with that of the BSFH. Unfortunately, however, Kölnmesse was then unable to offer eibe a stand that was large enough, mean-

durch unsere Verkaufsvertreter übergegangen sind, oder wenn wir eine neue Exportregion erschließen, so wie wir zum Beispiel gemeinsam mit unserem neuen französischen Händler in Frankreich beim Salon des Maires ausgestellt haben. Bei der Markteinführung von Snug war das neue Spielsystem mit losen Teilen auf Grundschulen ausgerichtet und da wir im Sektor Grundschulbildung ziemlich neu waren, haben wir zum ersten Mal an der Messe „The Education Show“ teilgenommen. Wir bevorzugen für unsere Außenanlagen Ausstellungen im Freien, so wie zum Beispiel Playfair und IOG Saltex, da hier Ausmaß und Materialien im richtigen Kontext gezeigt werden und wir die Anlagen aufbauen und zeigen können, wie die Kinder darin spielen.“

David Köhler, Berliner Seilfabrik GmbH & Co.:

„Ja, Messe ist ein wichtiges Marketinginstrument für die Berliner Seilfabrik. Als weltweit agierende Firma stellen Messen für uns nicht nur eine hervorragende Plattform für Kunden- und Firmenkontakte dar, sondern helfen vor allem auch Präsenz im Markt zu zeigen. Als eine der führenden Firmen, wenn es um Seilspielgeräte geht, ist es wichtig innovativ zu bleiben und dies auch zu kommunizieren. Das richtige Fachpublikum (ob Vertreter, Kunden oder Presse) für unsere Produkte ist vor allem auf Messen anzutreffen. Hier überbrücken wir die Barriere der gesichtslosen Internet- und Telefonkommunikation in kurzer Zeit zu vielen wichtigen Partnern. Desweiteren ist es wichtig den Trend der Branche im Auge zu behalten, zu schauen was die ►

ing that we had to cancel our attendance. The situation will probably be different in two years' time. The BSFH will be discussing this matter in detail with Kölnmesse after FSB 2009. Other than this, PlayFair in the UK was such an outstanding event that we are not currently considering Saltex. In the Netherlands, eibe is exhibiting at Recreatievak beurse Gorichem and Recreatie Vakbeurs in Hardenberg. Another key trade fair for eibe is EAS in Amsterdam.

Trade fairs are of great importance for both visitors and exhibitors, since exhibitors also get involved in discussions about specific market topics. The BSFH for one has always picked out interesting specialist subjects – increased collaboration with the relevant trade press, for example, or the creation of special exhibits focusing on senior citizens, toddlers or gardens and parks. However, a trade fair can only ever be one element of the marketing mix, since all contacts need to be processed after the event. Those with good-quality brochures and well-organised field reps will have a much easier time of it."

Eric Kunegel, Husson International: "For us, a trade fair represents the chance to discover market needs, get to know new customers, present new products and acquire new projects. The mood at the trade fair is a bit like a barometer for the market.

We exhibit at the trade fairs GaLaBau, FSB, IOG Saltex, Play Fair and Salon des Maires. Also Batimatec (Algeria) and Project (Qatar). And many small regional trade fairs in France. There are some trade fairs – such as GaLaBau or Salon des Maires – where we always exhibit. Otherwise, our customers would wonder why they could no longer meet us there. Since we have been exhibiting at these trade fairs for a very long time, they are key venues for acquiring information."

Viv Jebson, Sutcliffe Play Limited: "A large part of our market is local authorities, and we meet regularly with these, so the ►

Regupol® Fallschutzböden

langlebig • wirtschaftlich • sicher • individuell

Playfix® - fugenloser Fallschutzbelag



Regupol® Fallschutz ist

TÜV-geprüft nach EN 1177. Verlangen Sie das Prüfzeugnis.

Regupol® Fallschutzplatten sind

extrem langlebig und widerstandsfähig durch ihre spezielle Mischung aus Gummifasern.

Playfix® ist

der fugenlose Fallschutzbelag, der vor Ort eingearbeitet, verdichtet und nivelliert wird.

Regupol® Fallschutzplatten sind

seit Jahrzehnten bewährt und tausendfach verlegt.

Playfix® ist

mit 25 Farben und deren Kombinationen äußerst dekorativ.

Regupol® Fallschutzplatten und Playfix® bilden zusammen mit zahlreichen weiteren elastischen Außenbelägen ein umfassendes Programm für Sicherheit und Qualität in Spiel, Sport und Freizeit. Informieren Sie sich auch unter www.berleburger.de

Kunststofflaufbahn
Regupol PD IS



Regupol® Verbundpflaster



Regupol® Fallschutzplatten



BSW

BSW GmbH
Am Hilgenacker 24
57319 Bad Berleburg
Tel. : 02751 803-0
Fax : 02751 803-109
info@berleburger.de
www.berleburger.de

► Konkurrenz macht. In diesem Jahr werden wir auch auf einer Messe vertreten sein, die sie sich grundsätzlich nicht an Kinderspielflächen ausrichtet, sondern ihr Publikum in der Vergnügungsparkbranche findet. Wir erhoffen uns dadurch den Eintritt in einen für uns neuen Markt. Da wir schon erfolgreich an größeren customized Projekten für diese Branche gearbeitet haben, erhoffen wir uns direkte Aufmerksamkeit aus mehreren Richtungen und Leadern der Branche. Bisher sind wir in diesem Bereich eher zufällig aufgefallen. Das wollen wir ändern und so bieten gerade Messen eine Basis für „Neueinsteiger“ viele Kontakte und Marktabzatzmöglichkeiten zu finden. Angewandt an die Begründung warum Messen wichtig für uns sind, versuchen wir natürlich einen beeindruckenden und merkwürdigen Auftritt auf Messen hinzulegen. Wir wollen nicht nur durch unseren visuellen Auftritt Aufmerksamkeit erlangen, sondern auch durch unser freundliches Verkaufspersonal sowie gerade bei großen Messen durch die Präsenz der Geschäftsführung. Durch Newsletter, persönliche Einladungen, Pressemitteilungen, Anzeigen in Fachzeitschriften und News auf der Webpage machen wir auf unsere Teilnahme bei Messen aufmerksam.

Desweiteren unterstützen wir unsere Handelsvertreter und Dealer (USA-Markt) mit Bildmaterialien, Ausstellungsprodukten, oder finanziell, wenn es beispielsweise um die Booth-Miete geht.

Als Aussteller besuchen wir in Deutschland: GaLaBau, FSB. In England die Saltex. USA: IAAPA, NRPA, ASLA, GRPA, CPRS, CAEYC. In Dubai: Big Five“.



Ulrich Scheffler, Lappset Spiel-,

Park-, Freizeitsysteme GmbH: „Die Lappset-Gruppe als führender europäischer Hersteller ist in mehr als 40 Ländern tätig, vor allem in Europa, in Asien und dem Nahen Osten. Lappset nimmt in vielen Ländern über ihre Tochter- und Vertriebsgesellschaften an Messen teil. Neben der traditionell sehr internationalen FSB hat auch die GaLaBau im letzten Jahr sehr an kosmopolitischem Charakter gewonnen. Auch auf anderen europäischen Messen zeigen wir immer wieder Neuheiten, wie aktuell das neue „Mobile Play Concept“ auf der Play Fair 09. Sonderschauen sind ein weiterer Anziehungspunkt. Die Schau „Generationsübergreifende Bewegungskonzepte“ auf der FSB und GaLaBau zog die Medien an, bis hin zum Live TV-Bericht. Dies zeigt: Messen sind ein sehr bedeutender Bestandteil von Vertrieb und Marketing von Lappset, berühren sie doch alle Elemente des Marketing-Mix. Nirgendwo sonst trifft man so viele Kunden in so kurzer Zeit persönlich! Gerade im heutigen Erlebnis- und Eventzeitalter sind der direkte persönliche Kontakt zum Kunden und der Erfahrungsaustausch Kernstücke der Kundenbindung.“

► *effect of trade fairs in this marketplace is hard to determine. We tend to exhibit where either we have something new to show or are new to a territory. For example when we moved from selling through a distributor in the South East to selling directly through our own sales representatives, or into a new export region such as in France where we exhibited at Salon des Maires in conjunction with our new French distributor.*

When we launched Snug, the new loose parts play system aimed at primary schools, we were fairly new to the primary education sector so we attended The Education Show for the first time. We favour outdoor exhibitions such as Playfair and IOG Saltex for our outdoor equipment as it shows the scale and materials in the correct context and it allows us to install the equipment and see children playing on it.“

● **David Köhler, Berliner Seilfabrik GmbH & Co.:** *“Yes, trade fairs are a key marketing instrument for Berliner Seilfabrik. Since we are an international company, trade fairs not only offer us an outstanding venue for meeting customers and companies, but are also especially helpful for establishing our market position.*

As one of the leading companies involved in rope play equipment, it is important that we stay innovative – and show that we are doing so. Trade fairs are one of the best places to find the right specialist audience for our products (whether reps, customers or the media). Here, we can bridge the gap of the impersonal website or phone call in no time at all, and stay in contact with many of our important partners. It’s also important to stay abreast of the trends in the industry and keep an eye on the competition. This year, we will also be exhibiting at a trade fair that doesn’t focus on

children’s playground equipment at all, but instead targets an audience with interests in the amusement park industry. With this, we hope to achieve entry into a new market. As we have already achieved success in working on major custom projects in this area, we are hoping to attract serious attention from several major players and segments in the industry. Previously, interest has been rather hit-and-miss in this sector. We want that to change – and this is where trade fairs offer “newcomers” a basis for acquiring many contacts and sales opportunities in the market.

Since we believe trade fairs are so important for our business, we naturally want to produce an impressive and memorable exhibition at the trade fair itself. We not only want to use our physical stand to attract attention, but we also want to use our friendly sales staff and company executives to put across the company image – especially at major trade fairs. We draw attention to our participation in trade fairs with newsletters, personal invitations, press releases, adverts in the trade press and news items on our website.

We also supply imagery and exhibition goods to our commercial representatives and dealers (US market), and provide financial help – for trade fair stand rental, for example.

In Germany, we exhibit at GaLaBau and FSB. In England, Saltex. In the US: IAAPA, NRPA, ASLA, GRPA, CPRS, CAEYC. In Dubai: “Big Five“.

● **Ulrich Scheffler, Lappset Spiel-, Park-, Freizeitsysteme GmbH:** *“As a leading European manufacturer, the Lappset Group operates in more than 40 countries, focusing on Europe, Asia and the Middle East.*

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Positionierung im Wettbewerbsvergleich. Konzepte, Produkte und die Eigendarstellung der Hersteller entwickeln sich immer weiter, nicht zuletzt ist eine Messe der Ort auf dem ein Kunde sich im direkten Vergleich ein Bild von der Leistungsfähigkeit von Wettbewerbern machen kann.

Für größere Vertriebsorganisationen bieten internationale Messen ein ansprechendes Ambiente für Meetings, die Vorstellung von Produktneuheiten und für Schulungen. Auch das Rahmenprogramm von Messen bietet mit Vorträgen, Gesprächsrunden und Workshops oft ein interessantes Forum.

In sich entwickelnden Ländern sind Anbieter- und Kundenstrukturen noch nicht so etabliert und ausgeprägt. Eine regionale Messe ist dann oft der Einstieg in die ersten direkten Kundenkontakte. Für Lappset gehört die Teilnahme an Messen jetzt und in Zukunft zum festen Programm!“

Claudia Gust, SIK Holzgestaltungs GmbH: „Regelmäßig stehen wir vor den gleichen Fragen: An welchen Messen sollen wir teilnehmen? Wo könnte und sollte man sich präsentieren und vor allem: Wie? Welche Budgets stellen wir dafür bereit? Welche Informationen möchten wir vermitteln, welche Innovationen vorstellen? Fragen nach Standgrößen, Terminplanungen, Personalplanungen usw. sind zu beantworten. Regionale Messen, überregionale Messen, Auslandsmessen, Fachmessen, Verbrauchermessen – das Angebotsspektrum ist so vielseitig und umfangreich und mitunter schwer zu durchschauen.

Die Interessenlagen der Besucher sind bekanntermaßen diffe-

renziert, wie auch die Vielzahl an Anbietern und Produkten. Jeder setzt andere Prioritäten und hat eigene Vorstellungen von einem Messebesuch. Gemeinsam ist allen der Wunsch, in gedrängter Zeit möglichst viele Neuigkeiten und Informationen aufzunehmen, bestehende Kontakte zu pflegen und neue zu schaffen sowie sich über aktuelle Entwicklungen und Trends auszutauschen.

Vor diesem Hintergrund sind die teilnehmenden Mitaussteller und das Branchenumfeld ein entscheidendes Kriterium für die notwendige Akzeptanz beim Kunden. Auch ein auf Kunden und Anbieter zugeschnittenes Kongressprogramm, das dem Informations- und Kommunikationsbedürfnis der Teilnehmer Rechnung trägt, spricht aus unserer Sicht für eine Messe. Aber auch historische Entwicklungen sowie geografische und zeitliche Aspekte wollen berücksichtigt werden.

Wenn wir uns auf eine Messe festlegen, möchten wir unseren Kunden neben allen fachlichen Informationen auch Erlebnisse für die Sinne bieten. Qualität, Kreativität und Originalität, umgesetzt in Präsentationen, die die Fantasien beflügeln und Raum lassen für eigene Interpretationen. Wenn wir damit zugleich ein Podium für den Austausch von Informationen und Anregungen schaffen, ist schon viel erreicht. Denn eines möchten wir bei allen notwendigen kaufmännischen, marktrelevanten und sonstigen Fragen nicht aus den Augen verlieren: Wir entwickeln und bauen Spielgeräte für Kinder.“

Marret Johannsen, Kompan GmbH: „Bei Kompan spielen Messeauftritte alle zwei Jahre eine größere Rolle. Während Kompan im Laufe eines Jahres auf kleineren Veranstaltungen ▶

Lappset participates in trade fairs in many countries via its subsidiaries and sales units. Apart from FSB, which has traditionally had a strong international focus, GaLaBau also had a much stronger cosmopolitan flair last year. And we often use other European trade fairs to launch new products, a recent example being the new "Mobile Play Concept" at Play Fair 09. Special exhibitions are also very popular. The "Cross-Generational Movement Concepts" at FSB and GaLaBau caught the media's attention, even earning a live TV report. This shows how important trade fairs are to Lappset's sales and marketing – they have touch points with everything in the marketing mix. Nothing else offers 1-to-1 contact with so many customers in so short a time! Especially with today's 'event'-oriented culture, the personal contact with customers and discussion of experiences is a key factor for customer loyalty.

Another important aspect is one's position in comparison to the competition. Manufacturers' ideas, products and corporate identities undergo constant modifications: after all, the trade fair is the place where a customer can form an opinion about competitors' strengths by comparing one directly with another.

For larger sales organisations, international trade fairs offer a stimulating environment for meetings, new product presentations and training sessions. Often, the talks, discussions and workshops offered on the "fringe" of trade fairs also serve as an interesting forum.

In developing countries, supplier and customer structures are not yet so established or evident. A regional trade fair is thus often a chance to make one's first direct customer contacts. For Lappset, trade fair attendance is part of our strategy – now and in the future!"

Claudia Gust, SIK Holzgestaltungs GmbH: "We regularly face the same sorts of questions: Which trade fairs should we attend? Where can – and should – we exhibit? And, above all: how? How should we budget for these events? What product literature do we need – what innovations do we want to present? Questions about stand size, scheduling, personnel planning, etc. will all need answering.

Regional fairs, national fairs, overseas fairs, specialist fairs and consumer fairs: the range of events on offer is so varied and wide-ranging – it's sometimes hard to keep up with it all.

The visitors' range of interests will clearly vary from fair to fair – as will the variety of exhibitors and products. Each has a specific set of priorities and expectations for a trade fair visit. Yet all will be hoping to absorb as much information and news about innovations as possible in the brief time available, while renewing or making new contacts and discussing the latest developments and trends.

Seen in this light, the participating exhibitors and the presentation of the industry itself will be decisive in achieving the approval of the customer. A conference programme tailored to customers and exhibitors – and which satisfies the needs of visitors to inform themselves and communicate – is also a plus point for a fair, in our opinion. Then again, historical developments need to be considered, as do the aspects of geography and timing.

When we choose to exhibit at a trade fair, we want to offer our customers not only factual information, but also a multi-sensory experience: quality, creativity and originality – combined in presentations that fire the imagination and leave room for personal interpretation. If we can ▶

► gen wie zum Beispiel Verbandstagen präsent ist, nimmt Kompan regelmäßig an der GaLaBau in Nürnberg teil. Für Kompan ist diese Messe zurzeit der größte Messeauftritt in Deutschland.

Die GaLaBau stellt ein gutes Medium dar, mehrere Produktneuheiten gleichzeitig vorzustellen. Bei den häufig erklärungsbedürftigen Produkten lernen die Interessenten hier die Spielplatzgeräte mit ihrem Spielwert, ihrer Qualität und dem Design kennen. Die GaLaBau spricht eine hohe Besucherzahl an und deckt einen Großteil von Kompan's Zielgruppe ab. Viele kommunale Entscheider, Architekten sowie Planer im Garten- und Landschaftsbereich erkundigen sich auf dieser Messe nach den Neuigkeiten auf dem Markt. Die geladenen Kunden kommen gerne, da sie auf der GaLaBau gleich mehrere Anbieter für ihren Zuständigkeitsbereich finden.

Für die GaLaBau spricht zudem die gute Organisation sowie ein stets reibungsloser Ablauf.“

Fazit

Messen sind kein Auslaufmodell. Im Moment stehen Messebeteiligungen unter Druck. Die aktuelle Wirtschaftslage verlangt Fakten. Kommunikations- und Marketingbudgets gehören häufig zu den ersten, die von den Controllern unter die Lupe genommen werden. Gerade die Messebeteiligungen kommen dabei häufig auf den Prüfstand. Umfragen der Mercer Management Consulting Group oder der Uniplan-Gruppe in Zusammenarbeit



mit der Handelshochschule Leipzig weisen dem Marketinginstrument Messe in Zukunft abnehmende Bedeutung zu. Dafür, so die Ergebnisse der beiden voneinander unabhängigen Studien, werden an Bedeutung gewinnen: personale Kommunikation, Public Relations und der Aufbau langfristiger loyaler Kundenbeziehungen. Wer

weiter denkt, dem müsste auffallen: Diese Punkte lassen sich generell auf Messen realisieren. Unternehmen müssen erkennen, dass die Plattform, diese Tools effektiv und rechenbar einzusetzen, eben immer noch die Messe sein kann. Messen sind Medien für die Zukunft. So ein Leitspruch der Messe Leipzig.

Die Multifunktionalität einer Messe gilt es zu nutzen. Sachinformationen über Produkte gibt es im Internet. Ein Mausklick genügt. Das anbietende Unternehmen aber bleibt dabei seltsam fremd und nur ein Begriff. Wer es kennen lernen will, räumlich durchschreiten, es anfassen, es begreifen und die Menschen kennen lernen möchte, die für die Leistungen und Produkte eines Unternehmens stehen, der sollte eine Messe besuchen. Messen und Ausstellungen haben gerade in einer Zeit, in der nach einer intensiven und individuellen Kommunikation verlangt wird, ihre große Chance. Sie sind der Platz für vertrauensbildende Maßnahmen im persönlichen Kontakt. Auch weil sie Prozesse in Gang setzen: Sie sind nicht nur Medien mit Zukunft, sondern für die Zukunft. ■

TM / Fotos: FSB, GaLaBau, IOG, Play Fair

► *also use our attendance as a platform for the exchange of information and feedback, then we have already achieved a great deal. After all, despite considering all the necessary commercial, market-relevant and other angles, we need to keep one thing in mind: we design and build play equipment for children."*

○ **Marret Johannsen, Kompan GmbH:** "At Kompan, we concentrate on trade fair attendance every couple of years. While Kompan only attends smaller events such as trade association meetings in the course of a year, we are also a regular exhibitor at Nuremberg's GaLaBau. For Kompan, this event is currently our key exhibition space in Germany. GaLaBau is an excellent event at which to present several new products simultaneously. With customers needing a lot of background for some products, interested visitors here can experience the play potential, quality and design of our playground equipment. The GaLaBau fair guarantees excellent visitor numbers and covers most of Kompan's target market. Many decision-makers from authorities visit this trade fair to learn about innovations in the market, as do architects and planners in the garden and parks sectors. Customers are happy to accept invitations, since GaLaBau offers them a wide choice of suppliers for their area of responsibility. GaLaBau is also typically a well-organised and professionally-managed trade fair."

Summary

Trade fairs are here to stay. Trade fair participation is currently under pressure: the current economic situation demands facts and figures. Budgets

for communication and marketing are often the first to be audited by the company's financial department, and such audits often put trade fair participation to the profitability test. Surveys from the Mercer Management Consulting Group and the Uniplan Group (in association with the Leipzig Graduate School of Management) suggest that the importance of trade fairs for marketing is waning. Instead, the results of the two independent studies argue, the following strategies will gain in importance: personal communication, public relations and the establishment of long-standing, loyal customers. Yet if one thinks things through, it is obvious that trade fairs are generally good at handling these aspects. Companies need to realise that trade fairs can still function as the platform for implementing these tools effectively and economically. Trade fairs – as the Leipzig Trade Fair reminds us – are a medium with a future. Trade fairs are multifunctional and their use must reflect this fact. Factual product information is just a click away on the Internet. Yet the company behind the product remains strangely distant – no more than a name. Anyone who wants to get to know the product properly, experience it spatially, touch it, understand it, and meet the people behind the company's products and services, needs to attend a trade fair. The current climate, which demands an in-depth, personalised style of communication, presents trade fairs and exhibitions with their greatest opportunity. They set the stage for strategies that can use personal contact to build trust – often because they are where this process starts. Trade fairs are not only a medium with a future, but the medium of the future. ■

TM / Photos: FSB, GaLaBau, IOG, Play Fair

*Durch Qualität -
mehr Freude am Spiel*



0-42233-001

Alle von K&K gefertigten Seilbahnen erfüllen durch ihre qualitativ hochwertige Verarbeitung und funktionelle Detailausbildung die Voraussetzung für ein interessantes und sicheres Spielangebot. Eine problemlose, lineare Seilspannung, ein Seilbahnwagen aus Edelstahl, eine Edelstahlkette mit einem thermisch aufgespresstem, flexiblem Kautschuk-Handgriff und ein Pendelsitz aus Gummi mit stoßdämpfender Randausbildung gehören zur Standardausführung der Seilbahnen.

Die abgebildete Seilbahn mit integrierter Rampe erspart eine aufwändige Hügelmodellierung.



Kaiser & Kühne Freizeitgeräte

Im Südloh 5

27324 Eystруп

www.kaiser-kuehne-play.com

Tel. 04254/93150

Fax 04254/931524

bautec 2010: Segment freispielberlin bereichert Wohnungs- und Bauwirtschaft

Spiel- und Freizeitanlagen für mehr Lebensqualität.

Garten- und Landschaftsbau sowie Spiel- und Freizeitanlagen sind für den Bereich der Wohnungs- und Bauwirtschaft von immenser Bedeutung. Sie bestimmen maßgeblich den Wohnwert und die Lebensqualität der Menschen.

Dieser zukunftsweisenden Entwicklung kommt die bautec, die Internationale Fachmesse für Bauen und Gebäudetechnik, entgegen und führte 2008 mit der freispielberlin einen neuen Ausstellungsschwerpunkt ein. Hersteller und Händler aus den Bereichen Spiel-, Sport- und Freizeitanlagen, Garten- und Landschaftsbau sowie Baumaschinen, Pflegemaschinen und Baustoffe zeigten ihre Produkte und Dienstleistungen.

Nach dieser erfolgreichen Premiere bietet die freispielberlin2010 auf einer erweiterten Fläche wieder die ideale Plattform, um in den Dialog mit Architekten und Planern, Entscheidungsträgern aus Verwaltung und Wohnungsbau sowie Vertretern von Kommunen zu treten. Unter dem Motto „Außenräume gestalten, bauen und pflegen“ wird das neue Segment von wichtigen Verbänden und Institutionen der Wohnungs- und Bauwirtschaft, sowie Branchenpartnern wie Berliner Seilfabrik GmbH & Co., hammer SHM GmbH und Polytan Sportstättenbau GmbH unterstützt.

Das Fachpublikum in Berlin, zu dem Entscheider aus Fachbetrieben der Bauausführung und Pflege, Auftraggeber aus Privatwirtschaft und öffentlicher Hand, Architekten und Fachplaner zählen, verfolgen das gemeinsame Ziel, dem Wohnwert und der Lebensqualität durch Wohnumfeldverbesserung dauerhaft neue Perspektiven zu geben. Zu den wichtigsten

Partnern der bautec 2010 zählen neben dem Bundesbauministerium auch der Hauptverband der Deutschen Bauindustrie e.V., der Zentralverband Deutsches Baugewerbe (ZDB), der Bundesverband Baustoffe - Steine + Erden e.V., das RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft, das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, der Bauindustrieverband Berlin-Brandenburg e.V., der Baustoff-Fachhandelsverband Ost e.V., die Fachgemeinschaft Bau Berlin und Brandenburg, die Absatzförderung der deutschen Forst- und Holzwirtschaft, der Landesinnungsverband des Berliner Dachdeckerhandwerks, die Innung SHK Berlin, der Fachverband SHK Brandenburg, die Bundesarchitektenkammer und der Bundesarbeitskreis Altbauerneuerung (BAKA). ■

Die bautec 2010 findet vom 16. bis 20. Februar auf dem Berliner Messegelände statt.

bautec 2010: freispielberlin segment enriches housing and building industry

Playgrounds and leisure facilities for more quality of life.

Horticulture and landscaping as well as play and leisure facilities are of enormous importance for the housing and building industry.

They significantly determine the living quality and quality of life of people. bautec, the international trade fair for civil engineering and building services engineering, is playing to this trend-setting development and, in 2008, introduced a new exhibition focal point with the freispielberlin. Manufacturers and traders from the areas of play, sport and leisure facilities, horticulture and landscaping, cleaning machines and materials displayed their products and services.

After this successful premiere, freispielberlin2010 again offered the ideal platform on an extended area to enter into discussions with architects and planners, decision-makers from administration and house-building as well as representatives of local authorities. Under the motto “design, build and care for exterior areas”, the new segment is being supported by important organisations and institutions of the housing and building industry, as well as affiliates such as Berliner Seilfabrik GmbH & Co., hammer SHM GmbH and Polytan Sportstättenbau GmbH. Trade visitors to Berlin, decision-makers from specialists in construction and maintenance, awarding authorities from private enterprises and public authorities, architects and professional planners are all pursuing the same goal of giving new perspectives to quality living and quality of life through improvements to residential environments. In addition to the Federal Department of Transport, Building and Housing, some of the other most important partners of bautec 2010 are the Hauptverband der Deutschen Bauindustrie e.V. (Main Federal Association of the Construction Industry), the Zentralverband Deutsches Baugewerbe (ZDB) (Central Federal Association for the Building Trade), the Bundesverband Baustoffe - Steine +

Erden e.V. (Federal Association for building materials – bricks and earth), the RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft (rationalisation and innovation centre for the German economy), the Federal Ministry of Economy and Technology, the Bauindustrieverband Berlin-Brandenburg e.V. (Berlin-Brandenburg Construction Industry Association), the Baustoff-Fachhandelsverband Ost e.V. (construction materials specialist trade association for the east), the Fachgemeinschaft Bau Berlin und Brandenburg (Specialist Construction Association for Berlin and Brandenburg), the Absatzförderung der deutschen Forst- und Holzwirtschaft (sales promotion of German forestry and timber industry), the Landesinnungsverband des Berliner Dachdeckerhandwerks (the state guild of Berlin’s roofing trade), the Innung SHK Berlin (SHK guild, Berlin), the trade association SHK Brandenburg, the Federal Chamber of German Architects and the Bundesarbeitskreis Altbauerneuerung (BAKA) (federal working committee for the renovation of old buildings). ■

bautec 2010 will take place from the 16 to 20 February at Berliner Messegelände (Berlin’s Exhibition Grounds).



freispielberlin



**Aussenräume gestalten,
bauen und pflegen.**

**16. – 20. Februar 2010
Messegelände Berlin**

www.bautech.com

Foto © photocase



FSB 2009

... bringt Schwung in die Branchen

Rund 500 Unternehmen aus 44 Ländern - sehr hohe Internationalität und Qualität – vielseitiges Programm mit Kongressen, Awards und Aktionsflächen

Vom 28. bis 30. Oktober 2009 feiert die FSB, Internationale Fachmesse für Freiraum, Sport- und Bäderanlagen, ihr 40-jähriges Jubiläum. Rund 500 Unternehmen aus 44 Ländern präsentieren auf rund 62.000 m² Bruttoausstellungsfläche ihre Neuheiten, Innovationen, Produkte und Services in Köln.

„Alle namhaften Hersteller sind vertreten“, berichtet Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Koelnmesse GmbH. „Damit untermauert die FSB ihre Position als international führende Messe für die Bereiche Freiraum, Sport- und Bäderanlagen eindrucksvoll.“ Aufgrund kommunaler Konjunkturpakete und eines hohen Renovierungsbedarfs bei Sport- und Freizeitanlagen erwarten viele Branchenvertreter, dass die FSB Schwung in die beteiligten Wirtschaftszweige bringt. Denn die Messe, deren ideelle Trägerin die Internationale Vereinigung Sport- und Freizeiteinrichtungen (IAKS) ist, gilt als internationale Business- und Kontaktplattform Nr. 1. Mit 55 Prozent Ausstellern und 60 Prozent Besuchern aus dem Ausland ist die Messe höchst international. Zudem sind 90 Prozent der Besucher an Einkaufs- und Beschaffungs-

entscheidungen beteiligt. Auf die Besucher wartet aufgrund der breiten Produktpalette und der Innovationskraft der beteiligten Branchen auch 2009 eine spannende FSB. Das Angebot der Aussteller wird durch ein breit gefächertes und abwechslungsreiches Rahmenprogramm abgerundet. Dieses beinhaltet Fachveranstaltungen wie den IAKS Kongress, das 3. Kölner Schwimmbad- und Wellnessforum, den Kongress Stadt und Raum oder auch das Forum Kunstrasen. Zudem werden die Sieger diverser Wettbewerbe wie des IOC/IAKS Awards, des IPC/IAKS Sonderpreises oder des Wettbewerbs "SPA WELTEN" auf der FSB prämiert. Nicht zuletzt laden zahlreiche Sonderflächen zum Zuschauen und Mitmachen ein – angefangen von Basketball, Soccer und Hockey, über Wasserfitness und Eislaufen bis hin zu Spiel- und Freizeitge- ▶



FSB 2009 generates impetus in the sectors

Around 500 companies from 44 countries - Very high quality and international scope –
Multi-faceted programme with congresses, awards and activity areas

From 28th to 30th October 2009, FSB - International Trade Fair for Amenity Areas, Sports and Pool Facilities - will celebrate its 40th anniversary. Around 500 companies from 44 countries will present their latest products, innovations and services in Cologne on a gross exhibition area of around 62,000 m².

"All the leading manufacturers will be there," says Oliver P. Kuhrt, Executive Vice President of Koelnmesse GmbH. "FSB will thus impressively reinforce its position as the leading international trade fair for amenity areas, sports and pool facilities." Thanks to municipal economic incentive packages and a strong need for the renovation of sport and leisure facilities, many sector representatives expect that FSB will generate impetus in the participating business sectors. This is because the trade fair, whose conceptual sponsor is the International Association for Sports and Leisure Facilities (IAKS), is considered the No. 1 international business and contact platform. With 55 per cent of the exhibitors and 60 per cent of the visitors coming from abroad,

the trade fair is an extremely international event. In addition, 90 per cent of visitors are involved in purchasing and procurement decisions. Thanks to the broad range of products presented and the innovative power of the participating sectors, visitors can once again expect an exciting FSB in 2009. A broad and diverse supporting programme will complement the exhibitors' product ranges. The supporting programme includes trade events such as the IAKS Congress, the 3rd Cologne Swimming Pool and Wellness Forum, the Stadt und Raum Congress and the Synthetic Turf Forum. In addition, the top prizes for various competitions, such as the IOC/IAKS Award, the IPC/IAKS Special Prize and "SPA WORLDS", will be presented at FSB. Last ▶

ANZEIGE



Spielraum, Bewegungsraum, Erfahrungsraum, Kunstraum, Naturraum – die Welt ist Raum.

Wir geben den Räumen Bedeutung und erfüllen sie mit Leben.

Außenraumgestaltung in allen Schritten

Wir entwerfen, planen und bauen, bieten Kultur- und Teilungsprojekte an und veranstalten Seminare und Workshops.

STANDORT MESSE FSB 2009:

Halle: 03.2
Stand: C030 / E031

KONTAKT:

KuKuk GmbH | Kunst Kultur Konzeption
Rosenwiesstr. 17 | 70567 Stuttgart
Fon: +49.(0)711.342155-0
Fax: +49.(0)711.342155-20
e-mail: spielraum@zumkukuk.de
www.zumkukuk.de



FSB 2009

► räten auf der Fläche von Stadt und Raum, dem Areal auf der FSB.

Die FSB 2009 belegt die Hallen 3.2, 11.1, 11.2 und 11.3 der Koelnmesse. Parallel zur FSB findet auch die aquanale - Internationale Fachmesse für Sauna, Pool, Ambiente - vom 28. bis 31. Oktober in den Hallen 10.1 und 10.2 statt. Die räumliche Verknüpfung der Schwimmbadbereiche der beiden Messen schafft ein attraktiv gestalteter Wasserboulevard. Dieser verbindet die direkt nebeneinander liegenden Hallen des privaten und öffentlichen Schwimmbadsektors miteinander. Insgesamt stellen rund 380 Unternehmen allein aus den Segmenten Schwimmbad und Sauna auf den beiden internationalen Fachmessen in Köln aus. Damit sind alle Aspekte des Schwimmens, der private

und öffentliche Schwimmbadbereich, in Köln komplett auf einer Plattform vertreten.

Spielplatz

Spiel- und Freizeitgeräte laden in Halle 3.2 ein! Und auf die Sonderschau Stadt und Raum, dem Areal auf der FSB. Dort dreht sich alles um Stadtgestaltung, Spielgeräte und urbanes Design. Produkte wie Park- und Stadtmobiliar, Spielplatzgeräte oder Objekte für den öffentlichen Raum werden präsentiert. Speziell mit Hinblick auf den demografischen Wandel stehen jedoch nicht Speziallösungen für einzelne Zielgruppen, sondern Produkte für alle im Mittelpunkt. Denn: Der Handlungsdruck auf Städte und Kommunen ►

ANZEIGE



Ein Stück Weltrekord für Köln

BSW verlegt auf seinem Messestand in Halle 11.2, Stand Q40 eine Nachbildung der blauen Laufbahn des Berliner Olympiastadions. Die Kunststofflaufbahn wurde 2004 von BSW in Berlin installiert und diente bei der diesjährigen Leichtathletik-WM als Boden für gleich zwei Weltrekorde. Seit nun mehr als 30 Jahren installiert das Unternehmen weltweit Laufbahnen für höchste Ansprüche.

STANDORT MESSE FSB 2009:

Halle: 11.2
Stand: Q040

KONTAKT:

BSW GmbH
Am Hilgenacker 24
D 57319 Bad Berleburg
Tel. 02751/803-0
Fax: 02751/803-109
info@berleburger.de
www.berleburger.de





► but not least, there will be numerous special areas that invite visitors to watch and participate - from basketball, soccer and hockey, aqua fitness and ice-skating, right through to playground and leisure equipment at the Stadt und Raum area at FSB. FSB 2009 will occupy Halls 3.2, 11.1, 11.2 and 11.3 of Koelnmesse. In parallel to FSB, aquanale - the International Trade Fair for Sauna, Pool, Ambience will also be taking place from 28th to 31st October in Halls 10.1 and 10.2. An attractively designed water boulevard will connect the swimming pool areas of both trade fairs. This water boulevard will link together the adjacent halls of the private and public swimming pool sectors. About 380 companies from the swimming pool and sauna segments alone will be exhibiting at both of the international trade fairs in Cologne. Thus all aspects of swimming, including both the public and the private swimming pool sectors, will be represented at one platform in Cologne.

Playground

Playground for all in Hall 3.2! Visitors to the Stadt und Raum special show in Hall 3.2 at FSB will be able to try out playground and leisure equipment. This area will focus on all aspects of city planning, playground equipment and urban design. Products including park and urban furniture, playground equipment and features for public spaces will be presented. In line with the emphasis on demographic change, the focus will not be on special solutions for individual target groups but rather on products for all age groups: The pressure on cities and municipalities to respond to demographic changes is growing. These much-discussed changes can already be experienced today at first hand. Against this background, new approaches to the planning of urban spaces are becoming increasingly important. ►

ANZEIGE



TÜV-geprüft nach DIN EN 1176 (Spielplatzgerätenorm), zugelassen für den unbeaufsichtigten Spielplatzbetrieb. Durch den ebenerdigen Einbau ist ein Herunterfallen nicht möglich, so dass dieses Bodentrampolin Sicherheit und Spielspaß auf perfekte Weise kombiniert.

ALLE VORTEILE AUF EINEN BLICK:

- spielplatzgerecht ● vandalismussicher
- kostengünstig ● höchste Qualität
- 100% Spaßfaktor

STANDORT MESSE FSB 2009:

Halle: 11.2
Stand: L001

KONTAKT:

Eurotramp Trampoline -
Kurt Hack GmbH
Zeller Str. 17/1
73235 Weilheim/Teck,
Tel.: +49 (0)7023 9495-0
Fax: +49 (0)7023 9495-10
www.eurotramp.com
www.kidstramp.com





► wächst. Der viel diskutierte demografische Wandel ist bereits heute hautnah spürbar. Vor diesem Hintergrund kommt neuen Planungsansätzen für den urbanen Raum eine immer größere Bedeutung zu.

Weltweit größte Kunstrasenausstellung

Kunstrasen ist kein Modetrend. Kunstrasen ist und bleibt die Wachstumsbranche Nummer 1 im Sportstättenbau. Das künstliche Grün hält jedoch nicht nur Einzug in Fußballstadien. Auch in der Landschaftsarchitektur punktet der Kunstrasen mit seinen Vorteilen. Vom 28. bis 30. Oktober 2009 wird der Kunstrasen auch auf der FSB 2009 in Köln eine Hauptrolle spielen. Die Halle 11.3 der Internationalen Fachmesse für Freiraum, Sport- und Bäderanlagen wird dann im Schwerpunkt zur Kunstrasenhalle. Damit findet innerhalb der FSB 2009 die weltweit größte Kunstrasenausstellung statt. Neuer Partner ist der europäische Kunstrasenverband European Synthetic Turf Organisation (ESTO), der nicht nur mit seinen Mitgliedern und assoziierten Mitgliedern Kunstrasenflächen des 21. Jahrhunderts präsentiert, sondern auch gemeinsam mit der Internationalen Vereinigung Sport- und Freizeiteinrichtungen e.V. (IAKS) das Forum Kunstra-

sen veranstaltet. Das Forum in Halle 11.3 vermittelt den Besuchern auf der weltweit größten Messe für diesen attraktiven und vielseitigen Bodenbelag an allen drei Messetagen Informationen zu Planung, Bau und Pflege von Kunstrasenplätzen. Dabei werden Themen wie neue Produktionstechnologien, Qualitätsanforderungen und Marktpotenziale, Bau- und Betriebskosten, das FIFA Qualitätskonzept oder auch die Vorteile von Kunstrasen für den Frauen-, Mädchen und Jugendfußball behandelt.

„Kunstrasen ist in Europa ein Milliardenbusiness mit einem großen Wachstumspotential. Zusammen mit den USA zählt Europa zu den Weltmarktführern. Dabei repräsentiert ESTO ca. 90 Prozent der europäischen Produktion von Kunstrasen im Wert von einer Milliarde Euro - von der Herstellung bis zur Installation“, erläutert Albert Prisse, Generalsekretär ESTO. Die Gründe für den Vormarsch des Kunstrasens sind in seinen zahlreichen Vorteilen begründet. Denn Kunstrasen lässt sich auch in Gegenden einsetzen, in denen eine extrem hohe Sonnenscheindauer, sehr hohe Temperaturen und Trockenheit vorherrschen. Gleiches gilt für das gegenteilige Klimaextrem – also für Regionen mit sehr niedrigen Temperaturen. ►





► The exhibition and event concept for *STADT und RAUM* takes these factors into account. Municipal decision-makers, planners and landscape architects can learn more about the latest developments through the special events and shows, as well as through the partners' and exhibitors' product presentations.

The world's biggest synthetic turf exhibition

Synthetic turf is not a fashion trend. It remains the No. 1 growth segment in sport facility construction. However, synthetic turf is not only being used in football stadiums. Synthetic turf also provides benefits in landscape architecture. From 28th to 30th October 2009, synthetic

turf also will play a main role at FSB 2009 in Cologne. In keeping with this focus, Hall 11.3 of the International Trade Fair for Amenity Areas, Sports and Pool Facilities will be turned into a synthetic turf hall mainly. This means that FSB 2009 will be staging the world's largest synthetic turf exhibition. FSB's new partner is the European Synthetic Turf Organisation (ESTO), who along with its members and associated members will be presenting synthetic turfs of the 21st century, as well as organising the Synthetic Turf Forum in cooperation with the International Association for Sports and Leisure Facilities (IAKS). At the Forum in Hall 11.3 of the world's biggest trade fair for this attractive and versatile floor covering, visitors can find out information on all three days of the fair about the planning, construction and ►

ANZEIGE



Der neue Katalog ist da!

Tri-Poli Seilspiel³ Seilspielgerät für den kleinen Geldbeutel, Penta-Una fünffach abgespannte Seilpyramide, Trampoline für den öffentlichen Bereich, Kriechröhren mit Erdüberdeckung, Spielplatzpumpen ohne Pumpenschwengelrückschlag zum Anschluss an das Trinkwassernetz, Schilder für Spiel-, Sport-, Grünflächen und Schulhöfe, Ersatz- und Zubehörteile gemäß DIN EN 1176.

**STANDORT MESSE
FSB 2009:**

Halle: 03.2
Stand: C021/
B020

KONTAKT:

Tri-Poli oHG
Donkweg 51
47877 Willich
Tel.: 02156/480840
FAX: 02156/480844
E-Mail: info@tri-poli.de
web: www.tri-poli.de

Tri-Poli
tri-poli.de

► wenig Sonnenschein und schweren Regen- und Schneefällen. Darüber hinaus muss der Kunstrasen nicht bewässert, gemäht oder gedüngt werden. Kurz: Er ist umweltfreundlich, sicher und sieht das ganze Jahr über perfekt aus. „Die vielfältigen Vorteile des Kunstrasens prädestinieren ihn genauso für den Einsatz in Sportanlagen als auch in der Landschaftsarchitektur - etwa für Parkanlagen, Flughäfen oder auch private Gärten“, so Albert Prisse.

Auf der FSB präsentieren rund 70 Unternehmen - darunter Firmen wie Bonar Yarns & Fabrics Ltd., Charles Lawrence, Desso Sports Systems NV, Domo Sports, Dow Chemical, Edel Grass BV, Fieldturf Tarkett SAS, Gezolan, Greenfields BV, Labosport, Lano Sports NV, Lenzing Plastics GmbH, Limonta, Mondo, Polytan, Recticel, Redexim, Saltex Ltd, SMG, TenCate Grass Europe, Tessiture Pietro Radici S.p.A. oder Tiger Turf Ltd - die unterschiedlichen Einsatzmöglichkeiten von Kunstrasen. Im Mittelpunkt steht die Anwendung in Sportstätten. Denn Kunstrasen bietet als technisch ausgereiftes Produkt eine nachhaltige und wirtschaftliche Lösung für Sporteinrichtungen und ermöglicht perfekte Spielbedingungen. Dies belegen auch die Studien "F-MARC" und "ProZone", die die FIFA in den letzten Jahren durchgeführt hat. Dabei wurden über 100 Spiele der Champions League, der niederländischen ersten Liga und bei den U-20 und U-17 FIFA Welt-

meisterschaften analysiert. Das Ergebnis: Es konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen Kunstrasen und Naturrasen festgestellt werden - weder hinsichtlich der Anzahl und Art von Verletzungen noch hinsichtlich des Spielmusters und der Spielcharakteristika. „Fußballverbände wie die FIFA und der DFB sehen im Kunstrasen die wichtigste Innovation seit Jahren für die Zukunft des Fußballs“ berichtet Klaus Meinel, Geschäftsführer der IAKS. "Insbesondere im Bereich des Frauen-, Mädchen- und Jugendfußballs ist der Kunstrasen als Spielbelag mittlerweile nicht mehr wegzudenken."

Auch die Anwendung von Kunstrasen in der Landschaftsarchitektur wird auf der FSB auf gestalteten Flächen dargestellt. Denn immer mehr Kommunen setzen auf künstliches Grün, um ihre Städte attraktiver zu gestalten - sei es in Parks, auf Spielplätzen, entlang von Straßen und Straßenbahngleisen, zur Begrünung von Kreiseln oder an Flughäfen. Reduzierter Instandhaltungsaufwand, entsprechend geringere Kosten und permanent gut aussehender Rasen überzeugen gleichzeitig auch mehr und mehr Besitzer von Gewerbeflächen und Privatgärten. Im Zuge dieser Entwicklung präsentieren Anbieter von Kunstrasen auf der FSB u. a. auch Produkte, die speziell für öffentliche Grünflächen und private Gärten entwickelt wurden. ■

ANZEIGE



Die Gummiwerk KRAIBURG RELASTEC GmbH

... hat sich als Hersteller von qualitativ hochwertigen stoßdämpfenden Bodensystemen und Spielplatzzubehör auf dem internationalen Markt weiter etabliert und eine marktführende Wettbewerbsposition erworben. Technisch ausgereifte und permanent weiterentwickelte Produkte machen uns zum kompetenten Partner für Spielgerätehersteller und Kommunen, Planer und Architekten. Unter ökologischen Gesichtspunkten werden alle Produkte nach selbst entwickelten Verfahren unter höchsten Qualitätsansprüchen gefertigt. Die breite EUROFLEX Produktpalette umfasst neben den Bodensystemen auch Einfassungselemente wie Palisaden, Rasenkanteneinfassungen und Sandkasteneinfassungen. Alle Produkte sind nach der neuesten DIN EN 1177:2008, DIN EN 1176:2008 vom TÜV SÜD zertifiziert. Optimale Witterungs- und Verrottungsbeständigkeit garantieren eine hohe Lebensdauer und geringe Wartungskosten. Die hochwertigen Motivplatten und Spielelemente wie Elefant und Nashorn geben jedem Architekten kreativen Freiraum für eine individuelle Gestaltung einer Spiellandschaft.

STANDORT MESSE FSB 2009:

Halle: 11.2
Stand: S031

KONTAKT:

Gummiwerk KRAIBURG
RELASTEC GmbH

Fuchsberger Straße 4
D - 29410 Salzwedel

Tel. + 49/8683- 701 199

Fax + 49/8683-701-4199

euromflex@kraiburg-relastec.com

www.kraiburg-relastec.com



maintenance of synthetic turfs. This will make it possible to address new topics, including production techniques, quality standards and market potential, construction and operation costs, the FIFA Quality Concept and the benefits of synthetic turf for women's, girls' and youth football.

"In Europe synthetic turf is a market worth billions, with a large growth potential. Along with the USA, Europe is one of the global market leaders. ESTO represents around 90 per cent of the European production of synthetic turf, with a value of one billion euros - from production to installation," says Albert Prisse, Secretary General of ESTO. The reason for the growing popularity of synthetic turf is due to the many benefits it provides. Synthetic turf can also be used in areas that have extremely long exposure to sunshine, high temperatures and very dry weather. The same goes for the opposite extreme - regions with climates with very low temperatures, little sun and heavy rain and snow. In addition, synthetic turfs don't need to be watered, mowed or fertilised. In short, it is environmentally friendly, safe and looks perfect all year round. "The benefits that synthetic turfs bring to sports grounds also make them ideal for landscape architecture - for parks, airports and private gardens," says Prisse.

The various areas of application for synthetic turfs will be presented at FSB by around 70 companies - including Bonar Yarns & Fabrics Ltd., Charles Lawrence, Desso Sports Systems NV, Domo Sports, Dow Chemical, Edel Grass BV, Fieldturf Tarkett SAS, Gezolan, Greenfields BV, Labosport, Lano Sports NV, Lenzing Plastics GmbH, Limonta, Mondo, Polytan, Recticel, Redexim, Saltex Ltd, SMG, TenCate Grass

Europe, Tessiture Pietro Radici S.p.A., and Tiger Turf Ltd. The focus will be on the use of synthetic turf at sports facilities. As a technically perfected product, synthetic turfs offer sustainable and economic solutions for sports facilities while providing perfect playing conditions. This is also documented by the "F-MARC" and "ProZone" studies carried out by FIFA in recent years, which involved analysis of over 100 games from the Champions League, the Dutch First League and the U-20 and U-17 FIFA World Championships. The result: No significant differences were found between synthetic turfs and natural turfs - whether in terms of number and types of injuries or playing patterns and game characteristics. "Football associations like FIFA and the DFB have long considered synthetic turfs one of the most important innovations for football," says Klaus Meinel, Executive Director of the IAKS. "Especially for women's, girls' and youth football, synthetic turf has now become indispensable as pitch covering."

At specially designed areas, FSB will also show how synthetic turf can be used in landscape architecture. Increasing numbers of municipalities are using synthetic turf to make their cities more attractive - in parks, at playgrounds, along streets and tramlines, and at roundabouts and airports. Reduced maintenance requirements, lower costs and permanently attractive turfs are also convincing more and more owners of industrial estates and private gardens. As a result, suppliers of synthetic turfs will, among other things, be presenting products at FSB that were specially developed for public green areas and private gardens. ■

ANZEIGE



Nestschaukel Kükennest und Spatzennest

Die Seilfabrik Ullmann GmbH aus Bremen hat im Rahmen der Neuzertifizierung nach EN 1176-2:2008 ihrer beiden seit Jahren erfolgreichen Usacord Nestschaukeln Storchennest 120 und Schwalbennest 100 das Nestschaukelprogramm um zwei weitere attraktive feinmaschige Modelle erweitert: Kükennest 120 und Spatzennest 100. Die Sitznetze dieser neuen Nestschaukeln haben nochmals deutlich verkleinerte Maschenweiten und eine erhöhte Anzahl von Verbindungspunkten zwischen Netz und Ring. Selbstverständlich sind diese speziell für jüngere Spielgerätenutzer konzipierten Modelle ebenfalls mit den bekannt hochwertigen Zubehöerteilen wie Edelstahlschäkeln, -ketten und -verbindungssteilen für eine lange Lebensdauer und hohe Sicherheit ausgestattet. Die ebenfalls zur Standardausstattung gehörenden Aufhängeseile mit dem Durchmesser 16 mm bieten auch kleinen Kinderhänden sicheren Halt.

Besuchen Sie uns gerne auf unserem Stand und informieren Sie sich auch über unsere anderen attraktiven Produkte.

STANDORT MESSE
FSB 2009:

Halle: 03.2
Stand: B051/
A050

KONTAKT:

Seilfabrik Ullmann GmbH
Am Rönnebecker Hain 1
28777 Bremen
Tel.: +49-(0)421-69038-61
Fax: +49-(0)421-69038-75
www.seilfabrik-ullmann.de





Immer an der Wand lang

Mehr und mehr Menschen wollen nach oben: Mehr als 100.000 Sportkletterer gibt es hierzulande, schätzt der Deutsche Alpenverein. Geklettert wird im Gebirge, in Klettergärten an natürlichen oder künstlichen Kletterwänden oder in Sporthallen. Oder im Magnesia Kletter-Seil-Erlebnispark in Forchheim.

Klettern - das bedeutet, die Schwerkraft zu überwinden, in der Senkrechten unterwegs zu sein und seine eigenen Grenzen kennen zu lernen. Die Faszination des Kletterns liegt in der nötigen Konzentration, den akrobatischen Bewegungen und der anschließenden Entspannung. Zudem ist Klettern leicht zu lernen, auch Anfänger erleben schnell Erfolge. Klettern trainiert den ganzen Körper.

Magnesia Kletter-Seil-Erlebnispark

Der Magnesia Kletter-Seil-Erlebnispark in Forchheim bietet Abenteuer im Hochseilgarten, Klettern für Neueinsteiger und ebenso ideale Trainingsmöglichkeiten für Sportkletterer. Das Konzept überzeugt: modern, durchdacht. Hier trifft sich die Elite Europas. Als Austragungsstätte für den Deutschen Sportklettercup 2004 und das Finale zur Deutschen Meisterschaft im Sportklettern 2005 hat der Magnesia Kletter-Seil-Erlebnispark seine Leistungsfähigkeit unter Beweis gestellt.

Auf 374 m² Grundfläche stehen 1300 m² Kletterwände und Überhänge begeisterten Kids und Anfängern ebenso wie Cracks und trainierten Sportkletterern zur Verfügung. Das vielfältige Routenangebot wird ständig von erfahrenen Routenschraubern aktualisiert und erweitert. Während des Jahres wird kontinuierlich erneuert. Hierbei greifen die Betreiber auf mehr als zehn verschiedene Griffhersteller zurück. Die derzeit ca. 200 Routen haben ein Spektrum von 3 bis 10+.

Die Trainingswände ragen elf Meter nach oben. Hier befinden sich elf Topropes. Um hier auch Kindern das Klettern zu

ermöglichen, achten Mitarbeiter darauf, dass es lange Routen mit engem Griffabstand gibt.

Wettkämpfe können bis in 12 Meter Höhe unter das Dach, an Treppen und Balkonen für Zuschauer vorbei, ausgeführt werden.

Für Neueinsteiger und Kinder existiert zusätzlich eine Übungswand mit einer Höhe von 6,50 Meter, in denen sich weitere fünf Topropes befinden.

„Das Thema Sicherheit hat oberste Priorität. So wird einmal jährlich durch die Wandhersteller die Anlage überprüft. Zusätzlich werden die Routen im Zwei-Wochen-Rhythmus durch unser Wandbetreuersteam kontrolliert.“ Sagt Geschäftsführer Albrecht Waasner.

Der großzügig angelegte Ruhebereich und die Zuschauerflächen kommen beim Publikum gut an. Das Ambiente ist top und die Halle macht Spaß. Der Boulderraum mit über 200 qm Kletterfläche und 100 qm Hallenfläche lässt alle Kletterherzen höher schlagen. Dazu kommt ein Hochseilgarten. In über sieben Metern Höhe befindet sich innerhalb der großen Halle ein Hochseilgarten, der im späteren Verlauf Innen- und Außenbereich verbinden soll. Eine gesamte Seilstrecke von 70 Metern erlaubt dank spezieller Sicherungssysteme Solotouren mit persönlichem Trainer sowie geführte Gruppenevents. Der Hochseilgarten wurde von der Fa. SintRock installiert und unterliegt, ebenso wie die Kletterwände, einer jährlichen Inspektion. ■

TM / Fotos: Magnesia Kletter-Seil-Erlebnispark

Climbing the walls

More and more people are wanting to climb up: The German Alpine Association estimates there to be more than 100,000 sport climbers in Germany. They climb mountains, or they go climbing in climbing gardens on natural or artificial climbing walls or in sports halls. Or in the Magnesia Kletter-Seil-Erlebnispark (climbing-rope adventure park) in Forchheim.

Climbing – this means overcoming the force of gravity, moving vertically and getting to know your own limits. The fascination behind climbing is due to the required concentration, acrobatic movements and the subsequent relaxation. In addition, climbing is easy to learn - even beginners can pick it up quickly. Climbing works the whole body.

Magnesia Kletter-Seil-Erlebnispark (climbing-rope adventure park)

The Magnesia Kletter-Seil-Erlebnispark in Forchheim offers much adventure with its high ropes course, climbing for novice climbers and also training opportunities for sport climbers. The concept is convincing: modern and well thought-out. This is where Europe's elite meet. The Magnesia Kletter-Seil-Erlebnispark offered proof of its capabilities when it hosted the Deutscher Sportklettercup 2004 (German Sport Climbing Cup) and the final of the Deutsche Meisterschaft im Sportklettern 2005 (German Championships in Sport Climbing).

On an area of 374 m² there are 1,300 m² of climbing walls and overhangs available for enthusiastic kids and beginners, as well as pros and trained sport climbers. The various routes on offer are constantly updated and added to by experienced route setters. They are continuously renewed during the year. Thus, operators fall back on more than ten different manufacturers of handles. The current approx. 200 routes have a range of 3 to 10+.

The training walls are eleven metres high. There are also eleven top ropes. In order to allow children to participate in climbing activities, staff make sure that there are long routes with short distances between handles. Competitions can be held up to a height of 12 metres below the roof, with steps and balconies for spectators.

In addition, for novice climbers and children there is a practice wall at a height of 6.50 metres with a further five top ropes.

"Safety is of utmost importance. Therefore, the establishment is checked once a year by the wall manufacturers. In addition, the routes are checked every two weeks by our wall support team," states Managing Director Albrecht Waasner.

The generously-apportioned quiet zone and the spectator areas go down well with the public. The atmosphere is great and the hall is fun. The bouldering room with over 200m² of climbing surfaces and 100m² hall floor space is enough to get climbers' hearts racing. Then there is the high ropes course. There is a high ropes course over seven metres high within the large hall. The course is supposed to link the inner and outer area later on in the course. A total rope distance of 70 metres enables - thanks to special safety systems - solo tours with a personal trainer as well as guided group events. The high ropes course was installed by the company SintRock, which is liable and also gives the climbing walls an annual inspection. ■

TM / Photos: Magnesia Kletter-Seil-Erlebnispark



HI-TECH INDUSTRIAL SPRINGS

PlayCom

Komponenten für hochwertige Federspielgeräte
A platform for state-of-the-art spring swings



T +49 27 21 5 11 - 182 | eibach.com



In Siegburg-Kaldauen hat eine Skater-Bowl nach amerikanischem Vorbild eröffnet. Zur Einweihung reisten Stars der Szene aus ganz Deutschland an.

Heaven is a Halfpipe?



„Geschwindigkeit, Fliegen, Adrenalin“ lautet der Dreisatz des Skateboard-Fahrens.

Von Anfang an verständigten sich die Insider der Skater-Szene mit einer eigenen Sprache. Nur wer weiß, was ein „fakie to frontside rock“, ein „lipslide revert“, ein „airwalk“ oder „varial gay twist“ bedeutet,

kann mitreden. In Siegburg ist das nicht anders. Ende August 2009 wurde die Skater-Bowl mit einem Event vom Siegburger Bürgermeister Huhn eröffnet. Damit war die Bowl freigegeben und viele aus ganz Deutschland angereiste Pro-Skater gaben der Bowl ihr Stelldichein. Sogar ein Gast aus San Diego/Kalifornien/USA war dabei. Auf den Contest wurde verzichtet, denn die örtliche Skate-

und BMX-Szene sollte Zeit und Gelegenheit haben, die Bowl zu fahren, zu erkunden, die eigenen Lines zu finden. Die Bowl könne man auch Pool nennen, klärte der Siegburger Skater-Profi Tobias Hunger auf. Er moderierte die Eröffnung.

Was Stand der Dinge ist, führte der 19-jährige Kevin Wentzke aus Herne vor. Die Skateboards sind bis zu 80 Stundenkilometer schnell und schleudern mitsamt Fahrer zum Teil mehrere Meter über den Rand der Bowl. Körperbeherrschung und Akrobatik pur. Er erklärte: „Zur Grundausstattung eines Skaters gehört sicherlich eine große Portion Mut und Leidensfähigkeit.“ So erzählte schon Tony Hawk, der berühmteste Skateboarder der Welt, in seiner Autobi-



Heaven is a Halfpipe?

An American-style skate-bowl facility opened up in Siegburg-Kaldauen. Stars arrived from all over Germany for the official opening.

„Speed, flying, adrenalin“ is the rule of three for skateboarding.

The insiders of the skater scene were in agreement from the very beginning and used their own terminology. Only those who know the meaning of a “fakie to frontside rock”, a “lipslide revert”, an “airwalk” or “varial gay twist”, are able to join in such discussions. That was also the case in Siegburg. At the end of August 2009 the skate-bowl facility opened with an event held by the Siegburg Mayor Huhn. The bowl facility was then handed over and many professional skaters from all over Germany decided to assemble there. There was even a guest from San Diego in California (USA).

They did without the competition as the local skating and BMX scene was to get the time and opportunity to bowl-skate, to explore, to find their own limits. Bowl-skating could also be called ‘pool’, explains Siegburger pro skater Tobias Hunger. He moderated the opening.

The state of play was demonstrated by 19-



grafie von einem Zweikampf mit der Gravitation. Bei einem missglückten „shove it“ sei er auf dem Gesicht gelandet. „Wie ich es dabei geschafft habe, den Boden in einem Winkel zu treffen, der mir die Kronen und die Reste meiner Schneidezähne aus ihren Höhlen holte, weiß ich nicht, aber es hat wohl Anerkennung verdient.“

Fünf, sechs Cracks aus ganz Deutschland hatte Skater Tobias Hunger nach Kaldauen eingeladen. Es gab jede Menge Pro-Show der vielen Klasse-Fahrer, Spannung, Staunen, Begeisterung und jede Menge Applaus. Hunger hatte viele Preise zusammengestellt, die am Ende des Events von den Pro-Skatern an die Zuschauer verteilt wurden.

Langeweile kam an diesem schönen Tag nicht auf und an diesem Ort, den alle am Ende mit einem Lächeln auf den Lippen verlieben. Auch für das leibliche Wohl war gesorgt: die örtlichen Jugendzentren B21 und Kulturcafé sorgten für Würstchen und Kaffee, der Damen-Stammtisch vom „Donnerschlag“ versorgte alle mit gut gekühlten Getränken, den Strom lieferte die Feuerwehr Siegburg.

Solche Anlagen wie die in Kaldauen gebe es nur ganz wenige in der Republik, schwärmte Tobias Hunger. Gebaut hat sie der Hamburger Spezialist Matt Grabowski (Minus-Ramps), eingeflossen sind die Wünsche und Anregungen der heimischen Skater. Herausgekommen ist eine Großraumschüssel, deren handgeformte Kurven und Rundungen perfekt fürs Cruisen im Bowl-Orbit zu ▶

year-old Kevin Wentzke from Herne. The skateboards travel up to 80 kilometres per hour and are, in some instances, catapulted - together with the skater - several metres above the edge of the bowl. Total body control and competent acrobatics are required. He explained: "Skaters basically have to be really courageous as well as possess the ability to suffer duress." Tony Hawk, the most famous skateboarder in the world, goes into detail in his autobiography about tackling gravitation. With an unsuccessful "shove it", he fell flat on his face. "How I man-

aged to hit the deck, resulting in my crowns and the rest of my incisors coming out their sockets, I don't know, but it was probably worth mentioning."

Skater Tobias Hunger invited five or maybe six pros out the whole of Germany to Kaldauen. There was a great deal of showing off from the many great skaters, as well as suspense, amazement, enthusiasm and much applause. Hunger organised a number of prizes which were handed out to spectators by the pro skaters at the end of the event. There was no time to get bored on a nice day like this and at a place like this and everyone left at the end of the day with big smiles on their faces. Provisions were available too: the local youth centres B21 and 'Kulturcafé' (culture cafe) offered sausages and ▶





► sein scheinen. Was in dem Pool steckt, hat Grabowski bei Schussfahrten durch die Schüssel selbst getestet. 130.000 Euro kostete der Skate-Spaß, 50.000 Euro schoss die Siegburger Nikolausstiftung zu.

„Gestern Mittag habe ich drei Skater getroffen, die sich positiv darüber geäußert haben, dass eine Stadt wie Siegburg der Szene gleich zwei tolle Skateanlagen anbietet, nämlich die Bowl in Kaldauen und die Streetskate-Anlage unter der Brücke in der Luisenstraße.“

Daran könne sich manche Großstadt eine Scheibe abschneiden, sagten sie. Nicht zuletzt ist das Projekt jedoch auch ein Verdienst engagierter Jugendlicher aus dem Siegburger Jugendforum. Sogar die Nachbarn, Kinder, Erwachsene und Senioren aus der Gegend um die Bowl herum haben sich durchweg positiv geäußert. Das ist sehr erfreulich, denn damit integriert sich die Anlage in das Gemeinwesen des Stadtteils. Die Lage, umringt von Bushaltestellen und Kiosken, benachbart an einem Fußballplatz und Basketballplatz, hat sich als ideal erwiesen“, sagte Jürgen Spengler, Kreisstadt Siegburg vom städtischen Amt für Kinder, Jugend und Familie.

„Heaven Is A Halfpipe“ heißt es in einem erfolgreichen Musiktitel von OPM. In Anlehnung an ein altes englisches Gebet: „Sollte ich sterben, bevor ich aufwache ... immerhin, im Himmel kann ich skaten.“ Oder in Siegburg. ■

TM /// Fotos: Jürgen Spengler

► coffee, the women’s meet-up group from the “Donnerschlag” supplied everyone with chilled drinks, the Siegburg fire service provided the electricity.

Establishments like in Kaldauen are few and far between in the Republic, raved Tobias Hunger. Specialist Matt Grabowski (Minus-Ramps) from Hamburg built it, and the wishes and suggestions of domestic skaters have been incorporated. The result was a large-capacity bowl where its hand-moulded curves and swerves appear to be perfect for cruising in bowl orbit. Grabowski personally tested the pool by schussing across the bowl. The fun skating establishment cost 130,000 EUR, the Siegburg Nikolausstiftung (Nikolaus Trust) awarded 50,000 EUR.

“Yesterday afternoon I met three skaters who had positive thoughts on the fact that a town such as Siegburg is offering two great skating

establishments, namely the bowl in Kaldauen and the street skating establishment under the bridge on Luisenstrasse. Some cities should take a leaf out of Siegburg’s book, they said. Last but not least, the product is also a positive earner for dedicated teenagers from the Siegburg Youth Forum. Even neighbours, children, adults and senior citizens from the area have consistent, positive opinions about the bowl. That is very pleasing to know because it means that the establishment is properly integrated into town’s local community. Its location, surrounded by bus stops and kiosks and right next to a football area and basketball court, has proved to be ideal,” said Jürgen Spengler, District Town of Siegburg of the Municipal Department for Children, Youth and Family.

“Heaven is a Halfpipe” is the name of a famous song by OPM. According to an old English prayer: “If I die before I wake... at least in heaven I can skate.” Or I can skate in Siegburg. ■

TM
Photos: Jürgen Spengler





Abenteuerliche Spielgeräte

Ein Spielplatz schafft den idealen Raum für kleine Abenteurer und Entdecker. Plötzlich ist man Prinzessin, Zauberer, Pirat, geht auf Schatzsuche oder erobert den Hexenwald. Vielleicht kann man auch Figuren aus dem Lieblingsmärchenbuch entdecken. Der Phantasie sind kaum Grenzen gesetzt. Die Spielgeräte fügen sich wie Bestandteile einer Geschichte zusammen. Mit uns können Sie Märchenwälder, Baumhäuser, Pirateninseln, Westernstädte, Polarstationen, Ritterburgen und vieles mehr planen und bauen. Wir beraten Sie gern und freuen uns auf jede neue Herausforderung!



FRAPORTler übernehmen den Bau eines Spielplatzgeländes

von Lutz Perkitny, Landschaftsarchitekturbüro Burghammer

Eine neue Attraktion stärkt die Anziehungskraft des Frankfurter Zoos. Im Juni dieses Jahres wurde das komplett umgestaltete Spielgelände im Herzen des Besuchermagnets freigegeben. Idee und Planung entwickelte das Landschaftsarchitekturbüro Burghammer. Als zum Höhepunkt eines „einzigartigen“ Kooperationsprojekts die Spiel- und Kletterlandschaft gebaut wurde, waren die ausführenden Akteure keine gewöhnlichen Landschaftsgärtner, sondern zahlreiche Führungskräfte des Frankfurter Flughafen-Betreibers Fraport AG.

Die neue Anlaufstation für Familien und Kinder im Frankfurter Zoo ist nicht zu übersehen. Zwischen Exotarium und Borgori-Wald ist eine attraktive Fläche von ca. 1500 m² entstanden, welche den kleineren Besuchern vielfältige Kletter- und Eroberungsmöglichkeiten bietet. Von dem großen Aussichtspodest bietet sich ein fantastischer Blick zu den Freianlagen des Menschenaffegeheges. Gelände und Ausstattungsgegenstände weisen aufgrund verschiedener Faktoren und einer limitierten Fläche einige Besonderheiten auf.

Hinter dem Exotarium erhebt sich links des Weges unübersehbar eine beeindruckende Kletterlandschaft. Sie lädt als zentrales Gerät vor allem die jungen Zoobesucher zu einem abenteuerlichen Abstecher auf das neue Spielgelände ein. Dabei bietet die Fläche den jungen Besuchern auf engem Raum vielfältige Möglichkeiten. Mit unterschiedlichen natürlichen Materialien und Geländemodellierungen wurden abwechslungsreiche Spielsituationen, Nischen und Treffpunkte geschaffen. Geräte und Ausstattungen wurden so gewählt, dass sie möglichst von mehreren Kindern gleichzeitig genutzt werden können um das gemeinschaftliche Spiel zu fördern. Landschaftsarchitekt Matthias Burghammer zu

seiner Vision für das Projekt: „Wir wollen durch dieses Projekt weitere Firmen ermutigen, sich im Sinne des Allgemeinwohls zu engagieren. Mir war es, gerade vor dem aktuellen wirtschaftlichen Hintergrund, wichtig ein positives Zeichen zu setzen. Dieses Spielgelände soll Spaß, Freude und Einzigartigkeit vermitteln – der Bauaktionstag hat diese Anforderungen, gerade aufgrund der widrigen Witterungsverhältnisse, voll erfüllt.“

Die neue Kletterlandschaft ist ein Spielgeräteunikat. Sie dient zahlreichen Funktionen wie dem entdecken, sitzen, klettern und beobachten. Das Multifunktionsgerät verfügt über verschiedene Ein-, Auf- und Ausstiege. Das Angebot umfasst Boulderwand, Netzkamin, Rutsche und Stammtreppe. Das Podest mit Lümmelnetz, und die verbindende Netzbrücke bzw. der Balancierbalken werden gekrönt durch das

„Durch die Naturentfremdung entsteht beim modernen Menschen ein Wissensdefizit, das durch Informationsvermittlung im Zoo am wirkungsvollsten bekämpft wird. Ich freue mich daher besonders, den heute hier anwesenden Kindern in Stellvertretung für alle jungen Besucherinnen und Besuchern des Zoos einen neuen Spielplatz übergeben zu dürfen. Das Motto dieser Einrichtung lautet: Beobachten und Nachahmen, Verstehen und Bewahren!“
(Zoodirektor Prof. Dr. Manfred Niekisch bei der Spielplatzeinweihung)



große Aussichtspodest auf dem Felsen. Dieses bietet einen fantastischen Blick zu den Freianlagen des Menschenaffengeheges. Zudem vollendet es die Ähnlichkeit des Unikats mit einer Burg. So war es nicht verwunderlich, dass die Kinder

dieses Gerät mit der Eröffnung bestürmten und es liebevoll als „unsere Zauberburg“ benannten. Gebaut wurde diese Sonderanfertigung durch die Firma Kindt aus Möhnesee. Die Idee entwickelte Landschaftsarchitekt Matthias Burghammer. Dauerhaftes und haltbares Eichenkernholz als attraktives und „warm“ empfundenes Material garantiert eine Langlebigkeit aufgrund höchster Qualität. Das Spielgerät basiert auf Standfüßen aus Stahl, damit direkter Kontakt zwischen Eichenkernholz und Erdreich vermieden wird.



Die Kletterlandschaft wird halbkreisförmig von verschiedenen Ausstattungsgegenständen umschlossen. So schließt sich rechts und nach hinten versetzt der nierenförmig verlaufende Sandbereich mit dem Haus auf dem Fels an. Dieser wird durch Granitfindlinge und naturbelassene Holzstämmen umschlossen. Am hinteren Ende thront das so genannte Haus am Sandsee. Es bietet den Kindern Podeste in verschiedenen Höhen zum Entdecken, Klettern und Sitzen.

Das zentrale Podest ist überdacht und dient als Übergang vom Sandbereich zum Gelände in Richtung Trampolin. Der Einstieg vom Sand erfolgt über ein starkes Balancierseil. Der Sandsteinfelsen bietet den Besuchern ein kleines Versteck. ▶

FRAPORT managers undertake the construction of a playground area

by Lutz Perkitny, landscape architecture company, Burghammer

A new attraction is strengthening the appeal of Frankfurt Zoo. In June this year the completely revamped play area in the heart of the visitor hub was opened. The landscape architecture company Burghammer developed the ideas and took care of the planning. The highlight of the “unique” cooperation project was the building of the play and climbing landscapes – and those involved weren’t just any normal landscape gardeners: senior managers of Fraport AG.

The new connection point for families and children in Frankfurt Zoo shouldn’t be overlooked. Between Exotarium and Borigori Forest, an attractive area of about 1,500 m² has emerged, offering younger visitors many climbing and conquest possibilities. There is a fantastic view of the open-air areas for the anthropoid apes from the large viewpoint platform. Grounds and items of equipment feature certain characteristics due to different factors and a restricted area.

Behind the Exotarium is a highly-visible impressive climbing landscape which rises left of the path. As the central artefact, this invites – in particular – the younger visitors to the zoo on an adventurous trip around the new play areas. This area, thus, offers young visitors many possibilities in a very tight space. With different, natural materials and ground modelling, various play situations, niches and meeting points were created. Equipment and fixtures were chosen in such a way that – preferably – several children could use them at the same time in order to promote collaborative play. Landscape architect Matthias Burghammer describes his vision for the project: “Through this project, we want to encourage other companies to get involved, in the sense of general public interest. For me it was important to make a positive statement, against the current economic background. This play area is supposed to convey fun, joy and uniqueness – the construction action day fully met these demands, even with adverse weather conditions.”

The new climbing landscape is one of a kind when it comes to play equipment. It serves numerous purposes such as discovering, sitting, climbing and observing. The multi-function equipment has different entrances, ascents and exits.

There is a boulder wall, net funnel, chute and central staircase. The platform with the hammock climbing net and the mandatory net bridge or the balancing pole are crowned by the large viewing platform on the cliff. This offers a fantastic view of the open-air areas for the anthropoid apes. In addition, the similarity to being one of a kind was reinforced by a castle. Therefore, it didn’t come as a big surprise that the children stormed onto this appa- ▶



“Alienation from nature causes a knowledge deficit in modern man, which can most effectively be overcome by imparting information in the zoo. I am therefore particularly pleased to have the honour of opening a new playground to the children present today on behalf of all young visitors to the zoo. The playground’s motto is: Watching and imitating, understanding and preserving!”

(Zoo director Prof. Dr. Manfred Niekisch at the opening of the playground)

► *tus when it was opened and affectionately referred to it as “our pocket mirror”. This custom-made item was built by the company Kindt from Möhnesee. The idea was developed by landscape architect Matthias Burghammer. Durable, long-lasting oak wood as an attractive, “warm” heart-felt material guarantees longevity because it is of the highest quality. The item of play equipment boasts steel pedestals, to avoid direct contact between the oak and the ground.*

The climbing landscape is bordered, in semi-circles, by different fixture objects. The kidney-shaped, flowing sand area surrounds it on the right-hand side and erratically at the back, with the house on the cliff. This is surrounded by erratic granite boulders and natural-finish logs. At the rear end protrudes the so-called house at the Sandsee. It offers children platforms of different heights, for discovering, climbing and sitting on. The central platform is canopied and serves as a passage from the sand area to the area in the direction of the trampoline. The entrance from the sand is over a strong balancing rope. The sandstone rock offers visitors a small hideout.

The sand area is surrounded by a staggered assortment of equipment. A climbing net, shimmying device, trampoline, bird’s nest swing as well as a wooden tower with a chute and bouncing bridge climb can be used. The whole area is covered with a layer of woodchip of at least 15 cm. Selectively allocated erratic boulders as well as natural-finish logs round off the arrangement. The new, central tree became the already-available maple tree. Shape and form are, in particular, shown to their advantage because of the modified modelling between the sand area and climbing landscape and offer a stylish green element.

A play area with high play value originated on a small area on several levels. Predominantly it is a combination of high-quality wood and stone materials. The grounds are clearly subdivided into different zones and themed areas. These are the climbing landscape, sand area with the house and the existing park. Lutz Siebert, Manager of Senior Management and Organisational Development at Fraport AG commented on the project: “It was fun for senior management to have something sensible to do together and for other people. In our daily work we got involved in company-collective activities at a location of much importance for families and which gets positive public attention. Moreover, this gave us - as the Fraport team - the chance to experience something different in a meaningful social project and continue developing the team.”

Team-building measure

The whole concept and the idea of this cooperation between Fraport AG, the zoo and Burghammer Landscape Architecture were developed at the beginning of this year. Matthias Burghammer also offers - besides traditional landscape architecture - specific achievements in the form of participation projects. With respect to the project, he established contact between Frankfurt Zoo and Fraport. His office took over the organisation, planning and implementation of the whole project. Burghammer adds: “Our goal was to successfully complete a project calling for corporate social responsibility.” ►



► *An den Sandbereich schließen sich die versetzten Bestandsgeräte an. Kletternetz, Hangelgerät, Trampolin, Vogelnechtschaukel, sowie ein Holzturm mit Rutsche und Wackelbrückenaufstieg können genutzt werden. Die gesamte Fläche ist mit einer mindestens 15 cm starken Schicht aus Holzhackschnitzeln bedeckt. Punktuell gesetzte Findlinge sowie*

naturbelassene Holzstämme runden die Gestaltung ab. Neuer zentraler Baum wurde der bereits vorhandene Fächerahorn. Form und Wuchs kommen aufgrund der veränderten Modellierung zwischen Sandbereich und Kletterlandschaft besonders zur Geltung und bieten ein stilistisches Grünelement.

Auf kleiner Fläche ist somit auf mehreren Etagen ein Spielgelände mit großem Spielwert entstanden. Überwiegend handelt es sich dabei um eine Kombination aus hochwertigen Holz- und Steinmaterialien. Das Gelände ist klar untergliedert in verschiedene Zonen bzw. Themenbereiche. So sind Kletterlandschaft, Sandbereich mit Haus und Bestandspark zu nennen. Lutz Siebert, Leiter Führungskräfte- und Organisationsentwicklung bei der Fraport AG sagte zum Projekt: „Den Führungskräften hat es viel Spaß gemacht, gemeinsam mit und für andere etwas Sinnvolles zu tun. Wir haben uns über unsere tägliche Arbeit hinaus in einer konzern-gemeinschaftlichen Aktion an einem Ort, der einen hohen Wert für die Familien hat und der in der Öffentlichkeit besonders positive Aufmerksamkeit erfährt, engagiert. Dies gab uns zudem die Möglichkeit, uns als Fraport-Team in einem sinnvollen sozialen Projekt einmal anders zu erleben und das Team weiterzuentwickeln.“

Teambuilding-Maßnahme

Das Gesamtkonzept und die Idee dieser Kooperation von Fraport, dem Zoo und Burghammer Landschaftsarchitektur entstanden Anfang dieses Jahres. Matthias Burghammer bietet neben klassischer Landschaftsarchitektur auch besondere Leistungen in Form von Beteiligungsprojekten an. Er knüpfte hinsichtlich des Projektes die Kontakte zum Zoo Frankfurt und zur Fraport. Sein Büro übernahm die Organisation, Planung und Durchführung des Gesamtprojektes. Burghammer dazu: „Ein Projekt zu absolvieren, welches unternehmerische Sozialverantwortung fordert – das war unser Ziel.“

Im Gegensatz zu „gewöhnlichen Imagekampagnen“ handelt es sich bei dieser Aktion um eine nachhaltige und dauerhaft sichtbare Unterstützung des Zoos. Die Fraport zeigte unternehmerische Sozialverantwortung und sponserte neben der Arbeitskraft von 50 Führungskräften auch rund 80.000 Euro



für die Spiel- und Kletterlandschaft. Das Bau-Event am 12. Mai beinhaltete für die Führungskräfte des Flughafenbetreibers neben wichtigen Aspekten einer „Teambuilding-Maßnahme“ auch das „Lernen in anderen Arbeitsfeldern“. Alle aktiven Führungskräfte nahmen sich zum Baetermin einen Urlaubstag.

Die Führungskräfte der Fraport, unter ihnen auch der neue Fraport-Vorstandsvorsitzende Dr. Stefan Schulte, tauchten an diesem Tag unter professioneller Anleitung des Landschaftsarchitekturbüros Burghammer in eine für sie ungewohnte Arbeitswelt ein. Die Fraport-Manager und die drei Bauleiter des Büros Burghammer waren für einen Tag ein Team. Rasch einsetzender starker Regen führte zu widrigsten Bedingungen und schweißte dabei alle Beteiligten noch enger zusammen. Die Entwicklung eines „Wir-Gefühls“ mit dem Gedanken „Jetzt erst recht“ griff um sich, da es galt, das Gelände bis zum Abend fertigzustellen. Vollkommen durchnässt waren am Tagesende alle Spielplatzbauer stolz auf das erschaffene Terrain, welches dem Zoo und seinen Besuchern hinterlassen wurde. Die einzelnen Bauteams lobten zudem Idee und das Gesamtkonzept.

Das vielfältige Spielgelände für verschiedene Altersklassen wurde Anfang Juni mit einer Einweihungsfeier freigegeben. Das aufgewertete Zoogelände bewertete Stadtrat Felix Semmelroth an jenem Tage folgendermaßen: „Ein Ort an dem man Tiere erlebt, viel über die Natur lernt und in dem sich Kinder ab heute tierisch gut austoben können.“ ■

► Unlike usual image campaigns, this campaign is about durable, sustainable support of the zoo. Fraport displayed corporate social responsibility and, besides the manpower of 50 managers, also donated about 80,000 EUR in sponsorship money for the play and climbing landscapes. The construction event on 12 May also included “learning in other fields of work” for senior managers of the airport operator, as well as important aspects of “team-building measures”. All active senior managers took a day’s holiday for the construction date.

That day senior managers of Fraport immersed themselves, among them the new executive board chairman (CEO) of Fraport AG, Dr. Stefan Schulte, under the professional direction of Landscape Architecture Company Burghammer, into a working world which was unknown to them. The Fraport Managers and the three construction managers of the company Burghammer were a team for one day. Rapid, heavy rainfall led to the most adverse conditions and brought all participants even closer together. The development of a “feeling of us” with the thought “now more than ever” escalated; as it was all about finalising the grounds for the evening. Totally drenched, all playground builders were proud of the terrain they had created, which would leave its mark on the zoo and its visitors. In addition, the respective construction teams praised the idea and the whole concept.

The versatile play area for different age groups was launched at the beginning of June with an opening ceremony. The upgraded zoo grounds were evaluated by Stadtrat Felix Semmelroth that day as follows: “A place where you experience animals, learn lots about nature and where children can let off steam and be wild.” ■

Ihr Partner für Sport, Spiel und Freizeit




Fritz Müller
Freizeiteinrichtungen

Am Schomm 5 - 41199 Mönchengladbach
☎(02166) 15 0 71 ✉info@fritzmuller.de



Neue Entwicklungen von Bewegungsparks für alle Generationen in Nürnberg

von Norman Riede und Rudolf Zeevaert

2006 wurde der erste von drei generationsübergreifenden Bewegungsparks eingeweiht. Nun erhalten die Nürnberger zwei weitere Angebote. Bei der Planung wurde sowohl die rasant voranschreitende Entwicklung auf dem Markt berücksichtigt als auch die Erfahrungen der letzten drei Jahre.



Ein Glücksfall, dass die Wohnungsbaugesellschaft der Stadt Nürnberg mbH (wbg) anlässlich ihres 90jährigen Jubiläums zwei neue Bewegungsparks für alle Generationen im öffentlichen Grün mit 150.000 Euro sponserte. Denn zu einer Finanzierung weiterer Angebote hatte sich der Stadtrat in Zeiten knapper Haushaltskassen noch nicht durchbringen können.

Die beiden neuen Bewegungsparks sollten natürlich möglichst in öffentlichen Grünanlagen in der Nähe von Wohnquartieren des Sponsors wbg liegen:

Pegnitztal West: Der Standort liegt im Auenbereich des Pegnitztals und wird bereits intensiv für verschiedene sportliche Aktivitäten genutzt (z.B. Jogging, Nordic Walking, Radfahren, Boule). Für Kinder und Jugendliche befinden sich Angebote in einiger Entfernung und das Freibad West mit großem Parkplatz und öffentlicher WC-Anlage ist direkt benachbart. Die dicht bebauten Stadtteile St. Johannis und Gostenhof grenzen nördlich und südlich ans Pegnitztal an. Für den Bewegungspark wurde eine hochwertige Freifläche in süd/west exponierter Lage am Hangfuß ausgewählt.

Breslauer Straße/Stadtteil Langwasser: Die Trabantenstadt Langwasser ist durch großzügige Grünzüge geprägt. In einem davon liegt dieser Standort auf einer lichtungartigen Wiesenfläche in einem Eichenhain. Westlich grenzt das Gelände eines Sportvereins an, östlich liegen mehrere Bolzplätze und ein kleiner Spielplatz. Fuß- und Radwege liegen in der Nähe, eine gekennzeichnete Laufstrecke wird in Kürze eingerichtet.

Noch vor Beginn der konkreten Planungen wurden Vertreter von Bürgervereinen, Sportvereinen, Seniorenclubs und Altenheimen als Multiplikatoren zu einer Informationsveranstaltung eingeladen. Da das Thema vielschichtig ist, wurde eigens für diese Projekte eine interdisziplinäre Arbeitsgruppe gegründet. Sie besteht aus SportService (früher Sportamt), Servicebetrieb öffentlicher Raum Nürnberg (früher Gartenbauamt), Seniorenamt, Jugendamt, Gesundheitsamt, Stadtseniorenrat und Landschaftsarchitekten. So konnten die Bürger von den Experten erfahren, worum es geht: Vor allem soll das kostenlose Bewegungsangebot im öffentlichen Raum vielfältiger werden und sowohl ungeübten als auch trainierten Menschen neue Möglichkeiten und Anreize zu körperlicher Aktivität bieten. Um möglichst viele verschiedene Nutzergruppen anzusprechen, wurden die Angebote inhaltlich und vom Schwierigkeitsgrad her möglichst breit gefächert und in die drei Module „Kraft/Ausdauer“, „Koordination/ Beweglichkeit“ und „Spiel“ aufgeteilt.

Kraft/Ausdauer: Ausdauerübungen verbessern das allgemeine Wohlbefinden und beugen verschiedenen Krankheiten wie z.B. Herzrhythmusstörungen, Gelenkkrankheiten, Übergewicht vor oder vermindern deren Beschwerden. ►

Development of new cross-generational activity parks in Nuremberg

by Norman Riede and Rudolf Zeevaert

In 2006, the first of three cross-generational activity parks was opened. Nuremberg citizens will now get two more facilities. The rapidly advancing development in the market as well as the experience gained over the past three years were considered in the planning.

It was a stroke of luck that the Nuremberg housing association Wohnungsbaugesellschaft der Stadt Nürnberg mbH (wbg) provided 150,000 euros in funding for two new cross-generational activity parks in public green spaces on the occasion of its 90th anniversary. For the town council hadn't been able to bring itself to fund further facilities in times of tight municipal budgets.

Of course, the two new activity parks were preferably to be situated in public green spaces in the vicinity of residential areas built by the sponsor wbg:

Pegnitztal West: This site is located in the riparian area of the Pegnitz valley and is already intensively used for various sports activities (e.g. jogging, Nordic walking, cycling, boules). There are facilities for children and young people at some distance and the open-air swimming pool Freibad West with a large car park and public toilets is in the immediate vicinity. The densely ►





dingungen z.B. an Parkbänken möglich. Im Rahmen der öffentlichen Nutzerbeteiligungen sprach sich daher eine deutliche Mehrheit für die Geräte Crosstrainer, Bauchtrainer und „Walker“, sowie einen Radtrainer aus, die durch die Edelstahlholme „Liegestütz“ und „Armzug“ ergänzt wurden.

Koordination/Beweglichkeit: Koordinationsübungen bieten Kindern die Möglichkeit, motorische Fähigkeiten zu erlernen, während ältere Menschen u.a. ihre Kompetenzen erhalten können (z.B. auch wichtig zur Sturzprophylaxe).

Eine zentrale Bedeutung kommt daher auf beiden Standorten den Balancierparcours zu, die gegenüber Einzelgeräten auf Dauer eine wesentlich höhere Attraktivität darstellen. In Langwasser besteht dieser aus Modulen des Motorikparkes® und wurde speziell für dieses Projekt vom österreichischen Sportwissenschaftler Dr. Roland Werthner konzipiert. Damit konnte dieser in Österreich bereits seit Jahren erfolgreich praktizierte Ansatz zum ersten Mal in Deutschland in bescheidenem Umfang umgesetzt werden. Im Pegnitztal wurde mit der Firma „merry-go-round“, Berlin ein Parcours entwickelt, der mittels verschiedener Steiganlagen gestalterisch sehr ansprechend einen Höhenunterschied von zwei Meter überwindet.

► Während die beinbetonten Sportarten wie Joggen und Radfahren im Freien problemlos ausgeübt werden können, waren Kraftübungen zur Stärkung der Rumpf-, Rücken- und Bauchmuskulatur nur unter erschwerten Be-

► *developed districts St. Johannis and Gostenhof border on the Pegnitz valley to the north and to the south. For the activity park, a high-quality open space having south-western exposure on the foot of the slope was chosen. Breslauer Straße/ Langwasser district: The satellite town Langwasser is characterized by lavish green space corridors. In one of them, this site is located on a clearing-like meadow in an oak grove. To the west, it is bordered by the grounds of a sports club, to the east there are several kick-about areas and a small playground. Foot-paths and cycle paths are nearby, a marked jogging trail will be established soon.*

Even before the concrete planning began, representatives of citizens' associations, sports clubs, senior citizens' clubs and old people's homes were invited to an information meeting as disseminators. As the subject is complex, an interdisciplinary working group was formed

especially for these projects. It is composed of Sport-Service (formerly sports department), Servicebetrieb öffentlicher Raum Nürnberg (formerly parks department), department for senior citizens, youth welfare office, public health department, senior citizens' council and landscape architects. In this way, citizens could hear from experts what it is all about: Above all, the range of free sports activities in public space is to become more varied and offer both untrained and trained people new opportunities and incentives to exercise. To cater to as many different user groups as possible, the range of sports activities was diversified – also in terms of levels of





Spiel: Spiel und Spaß sollen Jung und Alt zusammenführen, zwanglose Kommunikation und Kontakte ermöglichen und die Bewegungsparks dadurch zu Treffpunkten machen. Im Rahmen der Nutzerbeteiligung hatte sich die „Erwachsenschaukel“ mit überbreitem Sitz als Favorit, besonders von älteren Damen, herausgestellt und wurde daher zum festen Bestandteil der Konzeption. Eine erhöhte Aufhängung von 3,50 Meter sorgt für das richtige Schaukelgefühl. Auf einer acht Meter langen Pedalstrecke lassen sich Motorik und Gleichgewichtssinn spielerisch trainieren. Zwei Boulebahnen mit schlichten Sitzblöcken runden das Angebot ab.

Planung und Realisation

Der Planungsprozess begann für jeden Bewegungspark mit je-

weils drei Nutzerbeteiligungen (zwei für Erwachsene und eine für Kinder und Jugendliche). Bei der ersten Veranstaltung wurde den Bürgern verschiedene Beispiele von Geräten vorgestellt, welche die genannten Funktionen erfüllen sollten. Erstaunlich dabei war, dass gerade die niedrigschwelligen Angebote, die insbesondere für Senioren gedacht waren, genau von dieser Altersgruppe vehement als zu unsportlich abgelehnt wurden.

Die Erfahrungen mit den drei bestehenden Bewegungsparks wurden ausführlich diskutiert und bei der Planung so weit wie möglich berücksichtigt:

- Die Lage mitten in einem Spielplatz, wie sie bei zwei der vorhandenen Anlagen besteht, stieß bei vielen Bürgern auf Kritik. Die Befürchtung, sich vor Kindern zu blamieren oder geschubst zu werden ist bei manchen groß. Aus diesen Gründen nutzen Erwachsene das Angebot auf dem Spielplatz meist nur dann, wenn keine Kinder anwesend sind (manche schon um 5:00 Uhr morgens!). Spielplätze werden deshalb nicht in das Areal der neuen Bewegungsparks einbezogen. ►

difficulty – and divided into the three modules “strength/ stamina“, “co-ordination/ agility“ and “play“.

Strength/ stamina: Stamina exercises promote health and general well-being and help prevent various diseases such as cardiac arrhythmia, arthropathy, overweight or lessen symptoms.

Whereas sports involving leg muscles, like for example jogging or cycling, can easily be practised outdoors, strength-training exercises for trunk, back and abdominal muscles could only be carried out under difficult conditions, for example on park benches. Within the framework ►



Bestellen Sie unseren aktuellen Katalog

HUCK

Seiltechnik

Die HUCK-Kompetenz basiert auf 30 Jahren Erfahrung in der Kletternetz-Produktion. Klettergeräte mit Strickleitern, Dreiecksnetze, Lümmelnetze, Gummiaufstieg, Rutschbahnen und mehr lassen sich zu beeindruckenden Spiellandschaften zusammensetzen. Große Seilnetzpyramiden, Hängebrücken mit Spannweiten von über 50 m in verschiedensten Ausführungen lassen der Kreativität freien Raum. Fordern Sie zusätzlich zu unserem Hauptkatalog unsere neue „SEILWELTEN“-Broschüre für Architekten und Planer an!

Wir bieten Ihnen kompetente Beratung und realisieren Ihre Ideen.

Huck Seiltechnik GmbH
Dillerberg 3 • 35614 Ablar-Berghausen
Tel.: +49 (0) 64 43 / 83 11-0 • Fax: -79
seiltechnik@huck.net • www.huck.net



- ▶ Beide Standorte wurden so gewählt, dass einerseits die sportlichen Aktivitäten nicht unbedingt auf dem Präsentierteller ausgeführt werden müssen, andererseits durch eine gewisse Transparenz und Einsehbarkeit kein Sicherheitsrisiko entsteht.
- Ein zentrales Anleitungsschild für alle Übungsstationen ist unzureichend und erfordert ein überdurchschnittliches Merkvermögen. Texte ohne erläuternde Piktogramme sind oft missverständlich. Schilder mit winziger Schrift sind für ältere Menschen manchmal nur mit der Lupe lesbar (und wer hat die schon dabei, wenn er Sport treiben will?). Auch sollten die Schilder nicht so angebracht sein, dass sie erst nach einer Rumpfbeugeübung zu entziffern sind. Bei den neuen Bewegungsparks wurde deshalb sehr großer Wert auf eine gute, verständliche Beschilderung gelegt: Für die Zugänge wurden deutlich sichtbare Hinweistafeln konzipiert, die den Sinn des Bewegungsparks erklären und Verhaltensregeln für mögliche gesundheitliche Risiken benennen. Die Anleitungsschilder an den einzelnen Stationen enthalten gut verständliche Texte, die durch klare Piktogramme ergänzt werden. Sie geben z.B. Empfehlungen für die Wiederholungshäufigkeit einer Übung oder weisen auf mögliche Fehlstellungen hin.
- Seit diesem Frühjahr bietet das Zentrum für Erwachsenen- und Seniorensport (ZEUS) in Zusammenarbeit mit dem SportService Schnupperkurse und weiterführende Kompaktkurse unter professioneller sportwissenschaftlicher Leitung auf den Bewegungsparks an, die gut angenommen werden. Die Teilnehmer werden so auch als Multiplikatoren gewonnen, die ihr Erlerntes an andere weitergeben. Gleichzeitig stellen die Kurse konkrete Anlässe dar, sich regelmäßig am Bewegungspark zu treffen. Aufgrund dieser positiven Erfahrung sollen die Kurse natürlich auch auf den neuen Bewegungsparks stattfinden. Ziel ist es, die neuen Angebote dadurch mehr und mehr zu etablieren. Ebenso wenig wie heutzutage Nordic Walker mehr belächelt werden, soll künftig jeder ohne Angst vor Blamage die Bewegungsparks nutzen können.
- Kindgemäßes Design wurde bewusst vermieden, um erwachsenen Nutzern mögliche Hemmungen zu nehmen. Vielmehr soll die Thematik „Fitness, Bewegung und Sport“ auf den ersten Blick erkennbar sein. ▶

► of public user participation, a clear majority were therefore in favour of the fitness equipment cross trainer, abdominal exerciser and "walker" as well as a bicycle ergometer, which were complemented by the stainless steel bars "pressup" and "pullup".

Coordination/ agility: Coordination exercises offer children the opportunity to learn and develop motor skills, whereas they help elderly people, among other things, to maintain their skills (e.g. also important for fall prevention).

The balancing courses, which are much more attractive than single units in the long run, therefore play a key role at both sites. The balancing course in Langwasser consists of modules of the Motorikpark® and was designed by the Austrian sports scientist Dr. Roland Werthner specifically for this project. This approach, which had been successfully applied in Austria for years, could thus for the first time be implemented in Germany on a modest scale. In the Pegnitz valley, a course was developed in co-operation with the Berlin company "merrygoround", which is very appealing in its design and which overcomes a difference in altitude of 2 metres by means of various climbing routes.

Play: Play and fun are to bring young and old together, enable casual social interaction and contacts and thus turn the activity parks into meeting places. Within the framework of the user participation, the "adult swing" with an extra wide seat had turned out to be very popular, in particular with elderly women, and therefore became an integral part of the design. An elevated suspension of 3.50 metres makes both young and old enjoy the fun and thrill of swinging. On an 8 metre long pedal track, motor skills and sense of balance can be trained and enhanced through play. Two jeu-de-boules alleys with simple seating blocks complete the range.

Planning and implementation

The planning process for each activity park started with three user participation sessions each (two for adults and one for children

and young people). At the first session, the citizens were presented various types of fitness equipment which were to fulfil the above-mentioned functions. Amazingly enough, of all types of fitness equipment, the equipment with a lower level of difficulty, which was intended in particular for senior citizens, was vehemently rejected by this very age group as being not challenging enough.

The experience gained with the three already existing activity parks was discussed in detail and as far as possible taken into account during the planning:

- The location in the middle of a playground, as it is the case with two of the already existing activity parks, was criticized by a lot of citizens. Some fear that they may make a fool of themselves in front of children or get pushed. For these reasons, most adults only exercise in the playground when no children are present (some as early as 5 o'clock in the morning!). Playgrounds were therefore ruled out as suitable locations for the new activity parks. The following aspects were considered when choosing the two sites: on the one hand, ►





ABC-TEAM[®]
Spielen ist Leben...

ABC-TEAM Spielplatzgeräte GmbH
Eisensteinstraße
D-56235 Ransbach-Baumbach
Tel.: +49 (0) 2623 / 80070
Fax: +49 (0) 2623 / 4851
Internet: www.abc-team.de
E-Mail: info@abc-team.de



Spielburg Waren



► Auf Sitzbänke in direkter Nähe der Übungsanlagen wurde ebenfalls verzichtet, um Hemmungen durch Beobachtung zu vermeiden.

- Sämtliche Übungsgeräte wurden vorab vom Planungsteam einem Praxistest unterzogen, wobei mehrere auf dem Markt befindliche Produkte verworfen wurden, da sie körperliche Fehlhaltungen begünstigen oder bei ihrer Benutzung Schmerzen verursachen.

Dass nicht alle Nutzergruppen von 3 bis 99 gleichermaßen angesprochen werden konnten, war bei dem vorgegebenen Budget allen Beteiligten von vornherein klar. Schwerpunkte, die sich vor allem durch gewisse sportliche Herausforderungen auszeichnen, haben sich im Partizipationsverfahren herauskristallisiert. Die Planer haben während des gesamten Prozesses mehrmals umdenken müssen. Angeregt wurden sie dabei von neuen Geräteentwicklungen, die beispielsweise im letzten Herbst auf der GaLaBau-Messe in Nürnberg zu sehen waren. Genauso gab das Wiener Symposium „Jung.Alt.Spielt“ (September 2008) innovative Impulse. Insgesamt kann bereits wenige Monate nach der Eröffnung festgestellt werden, dass beide Anlagen intensiv genutzt werden – erfreulicherweise tatsächlich von allen Generationen. ■

► it had to be ensured that people could exercise without being bothered and without being on show for all to see; on the other hand, the site had nevertheless to be visible from the outside so as not to endanger security.

- Just one central instruction sign for all exercise stations is insufficient and requires above-average powers of memory. Texts without any explanatory pictograms are often unclear and misleading. Signs that are written in tiny letters can sometimes be read by elderly people only with a magnifying glass (and who on earth will take a magnifying glass along when doing sports?). Besides, the signs should be at a comfortable reading height so that people don't have to perform some irksome trunkbending exercises in order to read. With the new activity parks, great importance was therefore attached to good, clear and easily comprehensible signposting: For the park entrances, clearly visible information boards were designed, which explain the purpose of the activity park and establish “rules of conduct” to prevent potential health hazards. The instruction signs at the individual stations contain easily comprehensible texts, which are complemented by clear pictograms. They, for example, provide recommendations on how often an exercise is to be repeated or point out potential malpositions.
- Since this spring, the Zentrum für Erwachsenen- und Seniorensport (ZEUS) (Centre for Adult and Senior Citizens' Sports) in cooperation with the Sport-Service department has offered trial courses and advanced crash courses under the professional guidance of sports scientists in the activity parks, which go down very well. The participants are thus also won over as disseminators who pass on to others what they have learnt. At the same time, the courses provide a concrete opportunity to meet

regularly at the activity park. Based on this positive experience, the courses are also to take place in the new activity parks. As a result, the new activity parks are to become more and more established. Just as Nordic walkers aren't a target of ridicule any more these days, everyone should be able to use the activity parks in future without fear of making a fool of themselves.

- A design that caters specifically to children was deliberately avoided to help adult users overcome potential inhibitions. The theme “fitness, exercise and sports” should rather be identifiable at first sight. It was also refrained from putting up benches in the immediate vicinity of the exercise stations, which dispelled people's fear of being watched while working out.
- All pieces of fitness equipment were thoroughly tested by the planning team in advance. As a result, several products available in the market were dismissed as they encourage bad posture or cause pain when being used.

All those involved in the project knew from the start that not all user groups from 3 to 99 years could be equally catered for in view of the given budget. During the participation process, various focal points emerged with the main emphasis being on certain sports challenges. The planners had to rethink their approach several times during the whole process. They were inspired by the development of new fitness equipment, which was presented, for example, at the GaLaBau trade fair in Nuremberg last autumn. The Vienna symposium “Jung.Alt.Spielt” (September 2008) likewise gave some fresh and innovative impetus. On the whole, just a few months after the opening it can be ascertained that both activity parks are intensively used - happily, indeed by all generations. ■

ICON – ENERGIZE YOUR PLAY



Jugendliche von heute finden ihre Spielanreize zunehmend in der Welt des digitalen Spiels. Daher hat KOMPAN die Produktreihe ICON entwickelt. ICON sind elektronische Spielplatzgeräte, welche die Computerwelt an die frische Luft bringen und mit körperlicher Aktivität und dem Bedürfnis von Jugendlichen nach sozialer Interaktion verbinden.

KOMPAN[®]
Playful Living

KOMPAN GmbH · Raiffeisenstraße 11 · 24941 Flensburg · Tel. 0461 77306-0 · Fax 0461 77306-35 · www.KOMPAN.com

Jetzt KOMPAN-Info-Paket gratis anfordern!

Bitte ankreuzen und einfach an die Fax-Nummer (0461) 77 306-35 faxen. Oder in einem Briefumschlag an KOMPAN senden.

Ja, bitte senden Sie mir das KOMPAN-Info-Paket zu.

Ja, ich bin an einem Beratungsgespräch interessiert.

Firma

Postleitzahl/Ort

Ansprechpartner

Abteilung

Telefon/Fax

Straße/Hausnummer

E-Mail-Adresse

Jetzt KOMPAN-
Info-Paket
anfordern



Troisdorfs 51 Spielplätze mit TÜV-Prüfsiegel

Kinder spielen auf sicheren und sauberen Plätzen.

Die Stadt Troisdorf ist die erste bundesdeutsche Kommune, die die Zertifizierung ihrer 51 öffentlichen Spielplätze durch den TÜV Rheinland erhalten hat. Sie erfüllen die geforderte DIN-Norm mit Blick auf die Sicherheit der Spielgeräte, die Regelung der Zuständigkeiten und Schulungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Verwaltung sowie die zügigen Verfahren bei den permanenten Kontrollen und Reparaturen. „Troisdorf erhält als erste Kommune bundesweit das Prüfsiegel. Wir schaffen sichere und attraktive Spielplätze“, so Thomas Marner von der Stadt Troisdorf.

Im Beisein zahlreicher Anwohnerinnen und Anwohner des Spielplatzes an der Maarstraße in Troisdorf-Spich erhielt Bürgermeister Manfred Uedelhoven am 19. August vom technischen Leiter des TÜV, Ralf Martin Müller, die Urkunde zur Zertifizierung und die entsprechenden Aufkleber für die anderen Spielplätze. Die 40 kleinen Gäste aus der städtischen Kita Moosbeerenweg freuten sich über die Gelegenheit, mit dem Bürgermeister zu sprechen und über den Spielplatz zu toben.

Die Stadt sorgt für permanente Kontrollen der Sicherheit, für intakte Geräte und Sauberkeit, für zuverlässige Beständigkeit durch Pflege und Reparatur der Geräte.

Für regelmäßige Kontrollen. Das heißt: visuelle Routine Inspektionen, Operative Inspektion, jährliche Hauptinspektion. Und die „letzte Jahres-Hauptprüfung“, z.B. die jährlichen Kontrolle eines Spielplatzes durch die TÜV Rheinland Group.

Die Normen der DIN EN 1176 sind erfüllt. Sie werden geprüft und überwacht. Das umfasst: Die Sicherheit des Spielplatzes. Die Zuständigkeit in der Verwaltung und adäquate Organisationen. Das Verfahren bei Reparaturen. Regelung und stetige Durchführung der Kontrollen. Regelmäßige Schulungen alle zwei Jahre.

Troisdorf's 51 playgrounds with TÜV seal of approval

Children play in safe, clean areas.

The town of Troisdorf is the first Federal German local authority to have received the certification for its 51 public playgrounds via the TÜV Rhineland. They fulfil the required DIN standard with respect to the safety of play equipment, the regulation of responsibilities and training of employees in management as well as efficient processes for permanent checks and repairs. „Troisdorf is the first local authority in Germany to receive the seal of approval. We are creating safe, attractive playgrounds,“ states Thomas Marner from the town of Troisdorf.

In the presence of numerous inhabitants residing near the playground on Maarstrasse in Troisdorf-Spich, Mayor Manfred Uedelhoven was presented the certifying document and the corresponding label for other playgrounds on the 19th August by the technical manager of TÜV, Ralf Martin Müller. The 40 young guests from the municipal day care centre Moosbeerenweg were delighted to get the chance to speak to the Mayor and run riot on the playground.

The town provides permanent checks for safety, for faultless equipment and cleanliness, for reliable durability through the care and repair of the equipment.

Routine checks are carried out, too. This means visual routine inspections, the operative inspection, the annual main inspection. And the “previous year’s main inspection”, e.g. the annual check of a playground by the TÜV Rhineland (Rhineland) Group.

The DIN EN 1176 standards are fulfilled. They are checked and observed. This comprises: The safety of the playground. Competency in management and adequate organisation.

The procedure with repairs. Regulation and continuous implementation of checks. Periodic training every two years.



„Die Stadt Troisdorf und der TÜV Rheinland stehen seit drei Jahren in ständigem Austausch: Was muss verbessert werden? Wie sehen die Schulungen der Mitarbeiter aus? Die Wartungsprotokolle werden überprüft. Die Stadt Troisdorf befand sich in einem dreijährigen Optimierungsprozess. Das war die Basis für die Zertifizierung.“ So Bertold Tempel vom TÜV Rheinland.

Jährlich investiert die Stadt Troisdorf jährlich 111.000 Euro in Pflege und Reparaturen auf den 51 Kinderspielplätzen, um die sich sieben Mitarbeiter des städtischen Bauhofs kümmern. Zusätzlich werden Mittel in den Neubau von Spielplätzen gesteckt. Zuletzt war im Mai 2009 der Spielplatz an der Egerländerstraße als „Indianerland“ gestaltet und mit 185.000 Euro finanziert worden.

Die TÜV Erst-Zertifizierung kostet 4.300 Euro, danach jährlich 550 Euro.

Eine Liste der vorbildlich gepflegten Troisdorfer Spiel- und Bolzplätze und kleine Filme über ausgewählte Plätze findet man unter www.troisdorf.de. ■

TM / Fotos: TM / Stadt Troisdorf

“The town Troisdorf and the TÜV Rhineland have been in regular contact for three years: What has to be improved? How is the staff training? Maintenance protocols are checked. The town of Troisdorf was in a three-year optimisation process. That was the basis for the certification,” states Bertold Tempel from TÜV Rhineland.

Each year, the town of Troisdorf invests 111,000 EUR in the maintenance and repairs of the 51 children’s playgrounds, whereby seven employees take care of the municipal construction yard. In addition, money is being put towards the new development of playgrounds. Lastly, in May 2009, the playground on Egerlaenderstrasse was constructed as “Indian Land” with an investment of 185,000 EUR.

The TÜV initial certification costs 4,300 EUR, and then 550 EUR per year thereafter.

A list of the exemplary cared-for Troisdorf playgrounds and football areas and short films about selected areas can be found at www.troisdorf.de. ■

TM / Photos: TM / Stadt Troisdorf



Fachkraft für Kinderspielplätze

Erlangen Sie den begehrten Sachkundenachweis für die Überprüfung und Wartung von Spielplätzen und Spielplatzgeräten.

- 13.10. - 15.10.2009 in Berlin-Spandau
- 23.11. - 25.11.2009 in Dortmund
- 01.12. - 03.12.2009 in Köln
- 22.02. - 24.02.2010 in Kaiserslautern

Fachkraft für Kinderspielplätze (Auffrischung)

Erhaltung des Sachkundenachweises

- 26.10.2009 in Dortmund
- 04.12.2009 in Köln
- 04.12.2009 in Nürnberg
- 25.02.2010 in Kaiserslautern

Ihr Ansprechpartner: Uwe Wendler

Tel. 0221 806-3113 · uwe.wendler@de.tuv.com

TÜV Rheinland
Akademie GmbH
Am Grauen Stein
51105 Köln
www.tuev-akademie.de



Hally-Gally®

Konfessionsschweif

Spielplatzgeräte der besonderen Art

... bringt **Bewegung** ins Spiel!

Fordern Sie unseren neuen Katalog an!

SPOGG Sport-Güter GmbH
Schulstr. 27 · D-35614 Asslar-Berghausen
Tel. 06443/811262 · Fax 06443/811269
spogg@hally-gally-spielplatzgeraete.de
www.hally-gally-spielplatzgeraete.de

Multisportanlagen – Minispielbereiche mit maximaler Vielseitigkeit

Multi-use games areas – mini play areas with maximum versatility

Multisportanlagen – ein offener Raum für Sport und Spiel. Ein Treffpunkt für sportliche Aktivitäten. Ein Ort, um Freunde zu treffen. Offen für alle. In freier Natur oder in einem Stadtviertel ermöglichen Multisportanlagen die sichere Ausübung von verschiedenen Spiel- und Sportarten.

Multi-use games areas – an open space for sports and play. A meeting place for pursuing sports activities. A place to meet friends. Open to everybody. Be it out in the open or in a district, multi-use games areas enable you to safely do various sports or play various games.



Modell: Obra Sportland,
Best.Nr. 68500

Hersteller: Obra-Design
Ing. Philipp GmbH & CoKG | Satteltal 2
A-4872 Neukirchen/Vöckla
Tel. +43 7682 2162-0
www.obra.eu

► Preis: 14.440 Euro exkl. MwSt.



Modell: Freegame Cosmos
FRE2111 12x24m

Hersteller: Kompan GmbH
Raiffeisenstraße 11
D-24941 Flensburg
Tel.: +49 (0) 461 77306-0
www.KOMPAN.com

► Preis: 33.995 Euro zzgl. MwSt.



Modell: Multisportanlage
jcn-0002

Hersteller: Husson International
Route de l'Europe
F-68650 Lapoutroie
Tel.: (+33) 03-89-47-56-56
www.husson.eu

► Preis: 30.799 Euro



Modell: Freegame Classic
FRE1125 14x28m

Hersteller: Kompan GmbH
Raiffeisenstraße 11
D-24941 Flensburg
Tel.: +49 (0) 461 77306-0
www.KOMPAN.com

► Preis: 24.995 Euro zzgl. MwSt.



Foto:Eibe



Modell: Multi-Sportanlage
Kansas

Hersteller: Hags-mb-Spielidee GmbH
Hambachstraße 10
D-35232 Dautphetal-Allendorf
Tel.: +49 (0) 6466 / 9132315
www.hags.com

► Preis: 26.038 Euro Nettopreis



Modell: J2275 Proludic
Multisport-Anlage

Hersteller: Proludic GmbH
Brunnenstraße 57
D-73333 Gingen an der Fils
Tel.: +49 (0) 7162 9407-0
www.proludic.de

► Preis: 19.374 Euro*

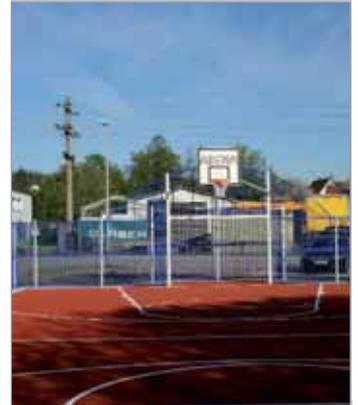
*Preis für Einfassung und Tore, ohne Montage, zuzügl. MwSt.
Spielfeldbelag bauseits.



Modell: Multisportanlage
ArcSport Arena S

Hersteller: Lappset Spiel-, Park-,
Freizeitsysteme GmbH | Kränkelsweg 32
D-41748 Viersen
Tel. + 49 2162 501980
www.lappset.de

► Preis: 18.262 Euro zzgl. MwSt.



Modell: Multi-Sportanlage
Michigan

Hersteller: Hags-mb-Spielidee GmbH
Hambachstraße 10
D-35232 Dautphetal-Allendorf
Tel.: +49 (0) 6466 / 9132315
www.hags.com

► Preis: 27.098 Euro Nettopreis



Kunstrasen

macht Fußballspiel hochwertiger

Es gibt Themen, da blüht Sebastian Diekmann sichtbar auf. Dann wird die Stimme des hauptamtlichen Geschäftsführers des SC Melle 03 deutlich lauter und ein Leuchten kommt in die Augen des engagierten Sportmanagers. Ein Gebiet, bei dem diese Reaktionen fast sicher ausgelöst werden, ist der seit zwei Jahren auf dem Vereinsgelände vorhandene Kunstrasenfußballplatz mit Einstreugranulaten. Gesponsert vom Meller Granulat-Hersteller Melos GmbH ist er heute nicht nur einer der modernsten Fußballplätze in ganz Deutschland, sondern auch die ideale „Laborumgebung“ für die bei vielen Vereinen immer stärker nachgefragte Kunstrasentechnologie.

Der SC Melle 03 ist auf den ersten Blick ein Sportverein wie viele andere auch. Klare Ausrichtung auf den Breitensport, zahlreiche unterschiedliche Sportarten, große Ambitionen in der Jugendarbeit. Beim zweiten Hinsehen zeigt sich jedoch: So gewöhnlich, wie es zunächst scheint, ist der 2003 aus der Fusion der Sportvereine Turn- und Rasensportverein Melle und TuS Einigkeit Melle entstandene Verein gar nicht. Nicht nur, dass er mit 6000 Mitgliedern der viertgrößte Sportverein in Niedersachsen überhaupt ist und gerade erst ein neu gebautes Sportzentrum für seine Mitglieder eröffnete - der e.V. ist sicherlich heute auch einer der profundesten Kenner für Kunstrasen in ganz Deutschland. Denn beim Fußball-Bezirksligist mit Aufstiegs-Ambitionen findet sich seit drei Jahren das, wovon auch höherklassige Mannschaften nur träumen: Ein Kunstrasenplatz, der nicht nur über die neueste Halmgeneration verfügt, sondern auch mit aus synthetischem Kautschuk hergestellten Einstreugranulaten versehen ist. Vorteil dieser Technologie gegenüber bisherigen, vor allem mit Sand verfüllten Plätzen: Es gibt bei Stürzen garantiert keine Verbrennungen mehr, die Belastung für Gelenke und Bänder reduziert sich erheblich und das Ball-

sprungverfahren ist absolut berechenbar. Das nahezu staubfreie Granulat ist zudem Ozon- und UV-stabil, abriebfest und schwermetallfrei.

Vielfältige Vorteile

„Für uns war es fast wie ein Sechser im Lotto“, erzählt Diekmann, „als 2005 die Stadt Melle und der europäische Marktführer für Kunststoff-Granulate, die Melos GmbH, maßgeblich dazu beigetragen haben, dass der Kunstrasenplatz gebaut wurde. Ohne deren großzügige Unterstützung wäre der Bau des hochwertigen Kunstrasenplatzes nicht möglich gewesen. Wir hatten schon sehr lange von solch einer Kunstrasenanlage geträumt, denn wir konnten mit ihm auf einen Schlag viele unserer Probleme lösen.“ Das größte davon war sicherlich die vor allem im Winter eingeschränkte Bespielbarkeit der vorhandenen Plätze. „Während die Meisterschaftsspiele, auch heute noch, vor allem auf unserem Naturrasenplatz ausgetragen werden, nutzten die Mannschaften für das Training in erster Linie den Ascheplatz“, erläutert der Hauptamtliche. Doch was sich so einfach anhört, war in der Realität mit vielen ►

Synthetic turf allows higher quality football

Sebastian Diekmann seems to light up at the mention of some topics. The full-time manager of the German, SC Melle 03 football club then gains a twinkle in his eye and his voice gets stronger. One area which is practically sure to provoke this kind of reaction from the dedicated sports manager is the synthetic turf pitch with granulate infill, which was installed at his club's site two years ago. Sponsored by the granulate manufacturer Melos GmbH based in Melle, this is today not only one of the most modern football pitches throughout Germany, it is also an ideal "laboratory environment" for synthetic turf technology which is in increasing demand from many sports clubs.

At first glance the SC Melle 03 is a sport club just like any other. A clear orientation towards popular sport, numerous kinds of sport, ambitious targets for junior teams. At second glance it becomes apparent that the club is not as ordinary as it seems. Formed in 2003 through a fusion of the athletics and lawn sports club Melle and the gymnastics and sports club "TuS Einigkeit Melle", the club has 6000 members and is the fourth largest sports association in Lower Saxony. It has recently opened a newly built sports centre for its members and is doubtless one of the most profound centres of expert knowledge on synthetic turf throughout Germany. For three years now, this regional league club with ambitions for promotion has been able to make use of facilities which higher classed teams can only dream of: A synthetic turf pitch which not only has the latest generation of fibre, but which is also equipped with infill made of synthetic EPDM rubber. The advantages of this technology compared to earlier pitches, generally filled with sand, are a guarantee of no friction burns, greatly reduced impact on joints and ligaments and completely predictable bouncing of the ball. In addition, the practically dust-free granulate is resistant to ozone, UV radiation and wear and contains no heavy metals.

A range of benefits

"It was like winning the pools", remembers Diekmann, "when in 2005 the city of Melle and the European market leader for plastic granules, Melos GmbH, took decisive steps towards installation of the synthetic turf pitch. Without their generous support construction of this all-weather pitch would not have been possible. We had dreamed of a pitch like this for a long time as it was the answer to many of our problems." The major problem was definitely the limited use of the existing pitches, above all in the winter months. "During the championship games, which today are also mainly played on our natural turf pitches, the teams generally made use of a cinder pitch for training", explained the manager. This may sound simple, but in reality it was a real headache. Particularly in bad weather the decades-old playing surface was flooded with water or so slippery that no training was possible. "Training was often carried out on the tartan track next to the cinder pitch but even more often it was simply cancelled" recounts the frustrated manager. "And this was with highly motivated players who really wanted to play and were always fit to train."

The SC Melle 03 also faced, and still faces, challenges with its main grass pitch. The main topic here is the maintenance work. Not only that cutting the grass involves costs, the pitch requires regular repair, in particular in front of the goal areas, and must often be closed off, again often limiting the possibility of play. Furthermore, the ideal timing of the work is also a factor: "If the council workmen cut the grass at the beginning of the week, it has often grown too long again by Saturday for perfect play," points out Diekmann. One of the peculiarities of a natural grass pitch is also that the lines need to be repeatedly

drawn with chalk. In wet weather they quickly disappear and must be redrawn – a time-consuming job.

Synthetic turf guarantees play

The situation with synthetic pitches is completely different. These must also be 'brushed' once a month with a machine, but mowing, repair and marking of lines are completely superfluous. This is a financial blessing for the club, but above all for the town's treasury as, according to estimates by the club, more than half of the previously incurred costs have been cut by installation of the synthetic turf. The most important factor for this ambitious club is, however the availability of a useable playing surface. "Today training is guaranteed throughout the year and championship games can be played in any weather," explains Diekmann the improved situation for the club. The importance of this fact became apparent at the beginning of this year. While clubs with cinder or grass pitches had to cancel their games, all fixtures were carried out punctually in Melle. Diekmann: "Without this pitch we would probably not have been able to play all our matches in the required time."

It is practically self-explanatory in this case, that the advantages of





► Schweißperlen versehen. Gerade bei schlechtem Wetter war das mehrere Jahrzehnte alte Spielfeld so mit Wasser bedeckt oder rutschig, dass eine Übungsstunde unmöglich wurde. „Sehr häufig fand das Training auf der Tartanbahn neben dem Ascheplatz statt, noch häufiger fiel es aber ganz aus“, erzählt der Geschäftsführer frustriert. „Und das bei Spielern, die mit größter Motivation beim Sport dabei sind und eigentlich immer trainieren können und wollen.“

Herausforderungen gab und gibt es für den SC Melle 03 aber auch beim zentralen Rasenplatz. Hauptthema ist hier die Pflege. Nicht nur, dass das Mähen Kosten verursacht, der Platz muss auch insbesondere vor den Toren regelmäßig ausgebessert und gesperrt werden. Nicht selten fiel und fällt darum auch hier die Spielmöglichkeit weg. Hinzu kommt das ideale Timing der Pflege: „Wenn die Stadt Anfang der Woche den Platz mäht, sind die Halme zum Spielbeginn am Samstag nicht selten schon wieder störend hoch“, erzählt Diekmann. Zu den Besonderheiten des Naturrasenplatzes gehört zudem die immer wieder notwendige Bekreidung. Gerade bei Regenwetter verwischen die Linien sehr schnell und müssen mit großem Personaleinsatz nachgearbeitet werden.

Kunstrasenplatz garantiert Spielbetrieb

Ganz anders ist die Situation mit dem Kunstrasenplatz. Zwar muss dieser einmal im Monat mit einer Maschine aufgebürstet werden, doch das Mähen, die Ausbesserung und die Bekreidung entfallen komplett. Für den Verein, vor allem aber für die klamme Stadtkasse ein finanzieller

Segen, denn nach Schätzungen des Vereins fallen durch den Kunstrasen gut die Hälfte der bisherigen Kosten weg. Was für einen ambitionierten Fußballverein aber besonders zählt, ist die Verfügbarkeit eines immer bespielbaren Platzes. „Wir können heute garantiert das ganze Jahr problemlos trainieren und bei noch so schlechtem Wetter ein Meisterschaftsspiel spielen“, schildert Diekmann die verbesserte Lage des Vereins. Wie wichtig dies war, zeigte sich gerade in diesem Frühjahr. Während Spiele bei Mannschaften mit Asche- oder Rasenplatz schon mal abgesagt werden mussten, fanden in Melle alle Spiele pünktlich statt. Diekmann: „Ohne den Platz hätten wir die Spiele wohl kaum in der geforderten Zeit durch bekommen“.

Dass diese Vorteile des Kunstrasenplatzes auch bei Spielern gut ankommen, versteht sich somit fast von selbst. Nicht nur die Trainingsbeteiligung bei den 46 aktiven Mannschaften ist seit Eröffnung des Platzes extrem hoch, auch die Zahl der Fußballspieler an sich wächst stetig an. So zählt heute allein die Fußballabteilung mehr als 1000 Mitglieder, davon überaus viele Mädchen und Frauen. Gerade Spieler und Spielerinnen, die in ihrem jetzigen Verein nur einen Ascheplatz haben, wechseln nicht selten allein aus diesem Grund nach Melle. „Der Kunstrasenplatz ist die beste Werbung für uns.“

Das große Plus: Einstreugranulat

Geht es um die Vorteile des Kunstrasenplatzes gegenüber anderen Plätzen, kommt in Melle ganz schnell die Rede auf den Begriff „Granulat“. Kein Wunder, sind es doch die ►

the synthetic turf pitch are also appealing to the players. Not only is participation in training with 46 active teams very high since the opening of the pitch, the number of players is steadily increasing. Today the club has more than 1000 members in the football sector alone, many of them girls and ladies. In many cases, players were previously members of clubs with only cinder pitches before transferring to join Melle. "The synthetic pitch is our best advertisement."

Infill - The big advantage

When discussing advantages of synthetic turf compared to other pitches, the term infill is quickly mentioned in Melle. Not really surprising as it is the small, synthetic rubber granules which make a 'normal' synthetic turf pitch into a high-tech one offering a complete range of amenities. This applies especially for the lower risk of injury to players. Previously, the Melle players suffered among puddles and bloodied knees on the cinder pitch, today the infill granulate ensures the same playing conditions for every game and also provides an elastic substrate. For ligaments and joints this means that impact from typical football actions such as tackling or spurts with sudden turns or slides, is absorbed by the playing surface in an ideal manner. This greatly reduces the strain on muscles and ligaments – health aspects which also underline the major difference between infill pitches and sand-filled synthetic turf which with time, becomes very hard. In cases like this, not only are spurts much more tiring, the substrate provides hardly any elastic rebound.

Another important aspect for reduction of injuries is also the absolute evenness of the pitch. Whereas holes and depressions can occur in grass pitches creating the risk of a pulled or torn muscle, this kind of experience is practically impossible on a synthetic turf pitch. The all-clear can also be given with regard to tiredness. As experience has shown, the players of the SC Melle 03 are not any more tired than when playing on natural grass.

And another important health reason should not be forgotten: Injuries, such as grazes and friction burns, resulting from falls on the first generation of synthetic turf, do not occur on synthetic pitches containing infill granules. The advantage of this is that play in shorts and sleeveless tricots is possible at any time. "Above all during away games on non-turf pitches, our players really notice what a good playing surface they have at home in Melle."

Higher-quality football

The low risk of injury on synthetic turf surfaces using infill is supplemented by controlled ball behaviour and the resulting quality of play. SC 03 defender Carsten Klamer, who played previously with a club with an "old" synthetic pitch, sees this to be a particular advantage: "In contrast to other synthetic pitches, in Melle the ball does not accelerate when it bounces." The trainer of SC Melle 03, who has also worked in Tunisia's champion league, has similar experience with regard to natural grass pitches. "As the ball does not bounce at an angle as on grass, passes always reach the player they are intended for. The pitch provides us with the possibility of playing high-quality football with low and controlled passes. We can build up our game in a focussed manner and do not need to simply kick the ball up the field." Goalkeeper Christoph Stieglat is also satisfied: "Bouncing shots are much easier to control because the flight of the ball can be calculated better." He regrets only one thing: "The days when a mistake could be blamed on a molehill are definitely gone!" ■

Playground Systems

FLO PARK

FLOPARK COMPANY | GS | TÜV | ARM | TÜV SÜD | IFA | IAAPA

DOSAB Fulya Sk PK. 17 Bursa, Türkiye
 (+90224) 261 01 57 | (+90224) 261 01 56
 www.flopark-europe.com | info@flopark.com.tr



► kleinen, aus synthetischem Kautschuk hergestellten Materialien, die aus einem „normalen Kunstrasenplatz“ einen High-Tech-Kunstrasenplatz mit vielen Annehmlichkeiten machen. Das gilt dabei besonders für die gegenüber anderen Spielfeldern geringere Verletzungsgefahr. Mussten die Meller Spieler früher auf Ascheplätzen Wasserflächen und „blutige Knie“ ertragen, sorgen die Granulate heute nicht nur für immer gleiche Bedingungen sondern auch für einen elastischen Untergrund. Für die Bänder heißt das: Fußballtypische Aktionen wie Tacklings oder schneller Antritt mit plötzlichen Dreh- und Gleitbewegungen werden vom Boden aufgegriffen und ideal abgefangen. Das vermindert die Belastung für Muskeln und Sehnen erheblich - gesundheitliche Effekte, die auch den großen Unterschied zu sandverfüllten und über die Zeit sehr hart gewordenen Kunstrasenplätzen darstellen. Nicht nur, dass auf diesen Plätzen der Antritt schwer fällt, der Untergrund federt mit der Zeit auch kaum noch nach.

Ein wichtiger Aspekt für die Verletzungsminderung ist zudem die absolute Ebenheit des Platzes: Während im Rasen Löcher und Vertiefungen vorhanden sind, die die Gefahr einer Zerrung oder eines Muskelrisses hervorrufen, sind auf dem Kunstrasenplatz solche ungeliebten Erfahrungen weitgehend ausgeschlossen. Entwarnung gibt es auch beim Thema körperliche Ermüdung. Wie die Erfahrungswerte des SC Melle 03 zeigen, ist sie kein bisschen höher als auf Naturrasen.

Und noch ein wichtiges Argument für die Gesundheit darf nicht vergessen werden: Stürze, die bei der ersten Generation von Kunstrasenplätzen in der Regel mit Hautabschürfungen und Verbrennungen verbunden waren, sind auf

den Kunstrasenflächen mit Einstreuerganulat ausgeschlossen. Vorteil: Zu jeder Zeit kann mit kurzen Hosen und freien Armen gespielt werden. Diekmann: „Vor allem bei den Auswärtsspielen auf Nicht-Rasensplätzen merken unsere Spieler, welcher guter Spieluntergrund in Melle vorhanden ist.“

Fußball wird hochwertiger

Die geringere Verletzungsgefahr auf dem Kunstrasenplatz mit Einstreuerganulat wird außerdem um ein kontrolliertes Ballverhalten und die damit verbundene Spielqualität ergänzt. SC 03-Verteidiger Carsten Klamer, der zuvor bei einem Verein mit einem „alten“ Kunstrasen gespielt hat, sieht hier einen besonderen Vorteil: „Im Gegensatz zu anderen Kunstrasenplätzen beschleunigen die Bälle bei uns nicht mehr, wenn sie aufkommen“. Der Trainer des SC Melle 03, der sogar in Tunesiens erster Liga arbeitete, hat ähnliche Erfahrungen auch im Bezug auf den Naturrasen gemacht. „Weil die Bälle nicht mehr wie auf Rasen verspringen, kommen Pässe auch garantiert beim Mitspieler an. Der Platz gibt uns also die Möglichkeit, einen hochwertigen Fußball mit flachen und kontrollierten Pässen zu spielen. Wir können gezielt aufbauen und müssen nicht auf Verdacht hin den Ball nach vorne dreschen.“ Zufriedenheit gibt es auch bei Torhüter Christoph Stieglat: „Weil man den Ball sehr gut berechnen kann, sind Aufsetzer viel besser zu kontrollieren“. Nur eines bedauert die Nummer eins des Bezirksligisten: „Die Zeiten, in denen man einen Stoppfehler auf einen Maulwurfshügel schieben konnte, sind endgültig vorbei“.

Fotos: Melos GmbH



www.fsb-cologne.de

28.-30. OKT 2009

Internationale Fachmesse für Freiraum, Sport- und Bäderanlagen

Zeit sparen, Geld sparen!
Jetzt online registrieren und Karten kaufen unter www.fsb-cologne.de



Besuchen Sie auch zeitgleich die aquanale (28.10 – 31.10.2009) in Halle 10! Weitere Informationen finden Sie unter www.aquanale.de. Wir freuen uns auf Sie!



Erlebnis-, Begegnungs- und Erholungsräume für Freizeit, Spaß und Spiel. Die Ansprüche steigen: Mehr leben im Leben, der Trend setzt sich fort. Setzen Sie Zeichen!

FREIRAUM



FSB



Die faszinierende Welt für Höchstleistung und Bewegungsfreude. Hier sorgen beste Bedingungen für den entscheidenden Vorsprung. Willkommen im idealen Trainingslager.

SPORT



Neben Badespaß sind Wellness und Fitness die Zauberwörter für Schwimm- und Freizeitbäder als Publikumsmagneten. Schwimmen Sie auf der Erfolgswelle mit!

BÄDER



Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1, 50679 Köln
Telefon: + 49 180 560-3500*
Telefax: + 49 221 821-99-1140
E-Mail: fsb@visitor.koelnmesse.de
www.fsb-cologne.de

*(max. 0,14 €/Min. bzw. 0,20 €/Anruf aus dem dt. Festnetz, max. 0,42 €/Min. bzw. 0,60 €/Anruf mobil)



we energize your business



Mobile Laufbahn in der O2-Arena

Möchten Sie dieselbe Laufbahn für verschiedene Veranstaltungen an verschiedenen Orten verlegen? Nutzen Sie einfach die neue mobile Laufbahn der Firma Conica! Die neue mobile Laufbahn kam erstmals in der O2-Arena in Prag zum Einsatz.

Einer der tschechischen Geschäftspartner von Conica verlegte ein zertifiziertes Conipur SW Laufbahnsystem auf vorgefertigten Elementen. Diese Aluminium-Holz-Elemente wurden von einer deutschen Firma hergestellt. Die gesamte mobile Konstruktion besteht aus 1.680 Einzelteilen.

Nachdem die mobile Laufbahnkonstruktion aufgebaut worden war, wurde sie zur O2-Arena transportiert, wo die mobile Laufbahn für das Leichtathletik-Hallenmeeting am Donnerstag, den 26. Februar 2009, fest eingebaut wurde. Die neue mobile Laufbahn der Firma Conica bietet viele Vorteile: Erstens kann sie für alle Hallen-Leichtathletikveranstaltungen und -anlagen eingesetzt werden – die 1.680 beweglichen Teile können leicht von einem Stadion zum nächsten transportiert werden. Zweitens kann sie einfach – innerhalb 48 Stunden – auf- und

wieder abgebaut werden, was sehr wichtig ist, da zum Beispiel die O2-Arena für verschiedene Veranstaltungen genutzt wird.

Vor allem aber wurde die mobile Laufbahn kürzlich vom Internationalen Leichtathletikverband IAAF als "Belag für Hallen-Leichtathletikanlagen" zertifiziert und kann daher offiziell bei Leichtathletik-Hallenwelt- und Europameisterschaften eingesetzt werden.

Pavel Mares, zuständiger Vertriebsleiter für die Tschechische Republik und Slowakei, ist sehr zufrieden mit dem gesamten Projekt: Laut Alfons Juck, dem Manager des Meetings, ist die Conica-Laufbahn die modernste mobile Laufbahn in Europa!

Über 10.000 begeisterte Zuschauer besuchten die Sportveranstaltung und erlebten einen spannenden Wettkampf auf der mobilen Conica-Laufbahn. ■

Mobile Running Track in O2 Arena

Do you want to install the same running track for different events at different places? Simply make use of the new Conica mobile running track!

For the first time, the new mobile running track was used in the O2 Arena in Prague.

One of the Czech business partners from Conica installed a Conipur SW certified track system on the top of prefabricated elements. These aluminium/wood elements were manufactured by a German company. The whole mobile construction consists of 1,680 single parts.

After the mobile track construction was set up, it was transported to the O2 Arena where the mobile track was mounted stationary for the athletic event of the Champions on Thursday, 26 February 2009.

The new mobile Conica running track offers a lot of advantages: First of all, it can be used for all indoor athletic events and facilities

- The 1,680 mobile parts can easily be transported from one to another arena.

Secondly, it can easily be installed and removed - within 48 hours - which is very important as for example the O2 Arena is used for different kind of events.

In particular: The mobile running track recently was certified by IAAF as "Indoor Track Facility" and therefore, it can officially be used for Indoor World and European Championships in athletics. Pavel Mares, responsible Sales Manager for Czech Republic and Slovakia, is very satisfied with the whole project: According to the Meeting Director, Alfons Juck, it is the most modern mobile running track in Europe!

More than 10,000 spectators were attending the event to enjoy a good competition on the mobile Conica track. ■



Mobiler Sportplatz für draußen und in der Halle

Sport treiben auf einem kommunalen Sportplatz – jederzeit und überall.

Für jede Sportart ein eigenes Spielfeld? Das wäre natürlich ideal. Da allerdings das Budget und der zur Verfügung stehende Platz bei vielen Vereinen, Schulen und Gemeinden begrenzt ist, ist dies nicht immer möglich. Die Lösung? Multifunktionale Plätze aus Kunstrasen, die für verschiedene Sportarten geeignet sind. Wenn man weiß, dass ein Kunstrasenplatz die Nutzungskapazität von drei Naturrasenplätzen aufweist, braucht man nicht mehr lange nachzurechnen. Ein Kunstrasenplatz hilft nämlich, kostbaren Platz zu sparen. Ein Vorteil, der viele Schulen und Gemeinden überzeugt, ihre Sportanlagen mit Kunstrasen auszurüsten.

Multifunktionale Kunstrasenplätze ermöglichen die Ausübung mehrerer Sportarten auf einem einzigen Spielfeld. Vor allem Schulen, kleinere Clubs und Städte nutzen diese Option, da die Ausgaben auf einen einzigen Sportplatz begrenzt werden können. Ein erfreuliches Detail am Rande für Schulen ist, dass mit einem Kunstrasenplatz schmutzige Fußabdrücke in Gängen und Klassen definitiv der Vergangenheit angehören. Auch städtische Parks können mit Kunstrasen ihre Zielgruppe erweitern und die Parkanlagen besser zugänglich machen. So wurde im Stockholmer Vasaparken ein Kunstrasenplatz von Desso angelegt, der durch sein integriertes Kühlsystem im Winter zum Eislaufen genutzt werden kann. Eine optimale Nutzung der vorhandenen Infrastruktur.

Eine andere Variante ist: Ein Hallenfußballturnier, eine Hockeypräsentation von Profispielern auf dem Marktplatz, ein zusätzlicher Sportplatz während einer Sportwoche in der Schule? Das ist alles möglich, dank des neuen Desso Mobile-Systems. In Rekordtempo kann auf jedem ebenen Untergrund ein Fußball-, Hockey- oder Mehrzweckplatz installiert werden. So kann künftig jede Gemeinde oder jeder Betreiber eine Sport- oder Freizeitveranstaltung an einem kommerziell interessanten Ort organisieren, der zuvor nicht für sportliche Zwecke geeignet war.

Die Installationsmethode aufgrund von Puzzlestücken macht Desso Mobile zu einem äußerst mobilen System, wodurch es sich schnell und einfach auf- und abbauen und an einen anderen Ort verlegen lässt. ■

A mobile sports pitch for outside and inside

Sport on a common pitch – any time, any place.

A separate field for every kind of sport? Naturally, that would be ideal. However, as the budget and space available to clubs, schools and communities is often limited, this is not always possible. The solution? Multifunctional pitches made of synthetic turf which are suitable for a variety of games. When you are aware that a synthetic turf pitch provides a utilisation capacity equal to that of three natural grass fields, you do not need to calculate for long. A synthetic turf pitch also helps to save valuable space. This is one advantage which convinces many schools and communities to equip their sports facilities with synthetic turf. Multifunctional synthetic turf pitches also allow different sports to be played on the same field. This option is made use of above all by schools, small clubs and communities as costs can be limited with only one sports field. A pleasing minor detail for schools is that with a synthetic pitch dirty footprints in corridors and classrooms really are a thing of the past. The focus groups of urban parks can also be increased using synthetic turf and park facilities can be made more accessible. In this way, a synthetic turf made by Desso has been installed in the Vasaparken in Stockholm, Sweden. Due to its integrated cooling system, this pitch can be used as an ice rink in winter – an optimal utilisation of the existing infrastructure.

Other variations are: an indoor football tournament, an ice hockey presentation by professional players on the market square, an additional sports pitch during sport's week at school. These are all made possible thanks to the new Desso mobile system. A football, hockey or multifunctional pitch can be created on any level surface in record time. In future, every community or manager can organise a sport or leisure event at any commercially interesting location even if it was previously not suitable.

The installation method of Desso Mobile, based on puzzle pieces, makes the system extremely flexible in use, quick and simple to install and easily removed to be re-assembled in a different location. ■





1000 Mini-Spielfelder für Deutschland

Ideal für Kommunen, Schulen und Vereine.

Der Deutsche Fußball Bund (DFB) hat im Jahr 2007 das Projekt „1.000 Mini-Spielfelder“ ins Leben gerufen. Mit Überschüssen aus der Fußball WM 2006 finanziert der DFB den Bau dieser Spielfelder für Schulen und Vereine. In diesem deutschlandweiten, aber auch international bedeutsamen Großprojekt des DFB ist Polytan der exklusive Partner für die Planung und den Bau der 1.000 Mini-Spielfelder.

Der Bewerber, der vom DFB den Zuschlag für ein Mini-Spielfeld bekommen hatte, musste die Fundamente und Unterbauten für das Spielfeld nach einem exakt geplanten Bauablaufplan fertig stellen. Darauf konnte dann das geschulte Polytan Team das Mini-Spielfeld errichten.

Dank der optimalen Planung und Organisation aus einer Hand, sowie zusätzlicher Personalerweiterungen hat es Polytan geschafft, die Spielfelder in den gesetzten Fristen dem DFB und den Nutzern zur Verfügung zu stellen. Ende 2008 waren bereits 950 Spielfelder fertiggestellt.

Aufgrund der hervorragenden Spieleigenschaften werden die fertigen Spielfelder bei den Jungen und Mädchen freudig angenommen. Die Begeisterung über die Natürlichkeit des Rasens führt zu einer hohen Akzeptanz des Spielfeldes bei den Kindern. „Dieses neue Spielfeld ist ein super Ding, der Rasen fühlt sich ganz weich an“, lobte einer der jungen Akteure.

scheidung des DFB für den Bau der 1000 Mini-Spielfelder den Wünschen der jungen Spieler/-innen entspricht und die Umsetzung des Projekts für alle Beteiligten ein voller Erfolg ist.

Nach Beendigung des DFB-Projektes gibt es das Mini-Spielfeld direkt bei der Firma Polytan. Damit können auch die Interessenten ein Spielfeld für die Jugend erwerben, die bisher nicht zum Zuge gekommen sind. Einige wesentliche Aspekte sind vor der Entscheidung zu berücksichtigen!

Grundlegende Voraussetzung für Planung und Bau eines Minispielfeldes ist die Wahl eines geeigneten Standortes, der zentral gelegen und für Kinder leicht erreichbar sein sollte. Deshalb eignen sich besonders Plätze, die in der Nähe von Schulen oder Sportanlagen liegen. Allerdings sollten die Anwohner die zahlreichen Aktivitäten auf dem Bolzplatz akzeptieren.

Als Bauleistung hat der Kunde Fundament und Unterbau für das Kleinspielfeld zu erstellen. Nach Fertigstellung des Mini-Spielfeldes muss die Betreuung des Platzes sichergestellt sein. Exakte Pflege und Wartung sind Punkte, die berücksichtigt werden müssen. Als sehr nützlich erweist sich hier eine Patenschaft für das Kleinspielfeld. Ein geregelter Spielbetrieb hilft die Akzeptanz des Spielfeldes zu erhöhen.

Sind diese Voraussetzungen gegeben, so bietet das Mini-Spielfeld nicht nur die Möglichkeit des Fußballspiels zweier Teams, sondern vielfache Einsatzmöglichkeiten, wie die Nutzung bei Schulfesten, Kindergarten Cups, Turnieren oder durch Nachbarvereine. ■

Das Prinzip des Courts mit Banden funktioniert wie vom DFB erwartet und gewünscht. Es zeigt sich, dass die Ent-

Weitere Informationen dazu finden Sie auf der Mini-Website www.polytan-minispielfelder.de.



1,000 mini playing fields for Germany

Ideal for local authorities, schools and clubs.

In 2007 the Deutscher Fußball Bund (DFB) (German Football Association) launched the project "1,000 Mini Playing Fields". The DFB financed the building of these playing fields for schools and clubs with surpluses of assets from the 2006 World Cup. In this Germany-wide - but also internationally-significant - major project of DFB Polytan is exclusive partner for the planning and building of the 1,000 mini playing fields.

The candidate that had received the allowance from the DFB for a mini playing field, had to complete the foundations and substructures for the playing field to an exact, planned construction schedule. Then the trained Polytan team was able to actually build the mini playing field.

Thanks to the finest planning and organisation, as a one-stop service, and the recruitment of additional staff, Polytan managed to get the playing fields ready for the DFB and users in the set timeframes. By the end of 2008 there were 950 playing fields ready for use. Due to the excellent play properties on offer, the finished playing fields are gratefully accepted by boys and girls. The enthusiasm for the naturalness of the turf leads to a high acceptance of the playing fields among children. "This new playing field is great, the turf feels really soft," praises one of the young players.

The principle of the pitches displaying banners works as expected and desired by the DFB. It appears that the decision of the DFB for the building of the 1,000 mini playing fields corresponds to the wishes of young players and the implementation of the project is a complete success for all those involved.

After the end of the DFB project, there is the mini playing field by company Polytan itself. This means that interested parties can also

acquire a playing field for young people, who haven't had a chance previously. Some important aspects are to be considered before a decision is reached!

A basic precondition for the planning and building of a mini playing field is the choice of a suitable location, which should be centrally located and easily accessible for children. Therefore, locations which are near schools or sports establishments are particularly suitable. However, local residents have to be willing to accept the numerous activities which will take place on the football area. As part of the building work, the customer has to create the foundations and substructures for the mini playing field. After the mini playing fields are finished, the field then has to be supervised. Specific maintenance and servicing are points that should be considered. Sponsorship proved to be very useful for the mini playing field. Regulated funding helps to increase the acceptance of the playing field. If these preconditions are met, the mini playing field doesn't just offer the possibility of two teams playing each other, but also scope for other uses such as for school parties, Kindergarten Cup days, tournaments or via neighbouring clubs. ■

You can find further information on the mini-website www.polytan-minispielfelder.de.



Und wann hat sich Ihr Kunststoffplatz das letzte Mal für die Spielenden herausgeputzt?

Moos, Laub und Steine lassen sich jetzt auf Kunststoffflächen ganz einfach beseitigen. Dafür sorgt das Hochdruck- und Absaugverfahren von Sandmaster. Das Ergebnis kann sich sehen lassen. Auch wirtschaftlich. Denn die regelmäßige Reinigung der Kunststoffflächen verlängert auch die Nutzungsdauer. Mehr über unsere Dienstleistung erfahren Sie unter:

Sandmaster GmbH, Telefon +49 (0)7024/8 05 90-0, Telefax +49 (0)7024/8 05 90-20, www.sandmaster.de



Ursula von der Leyen: „Familienfreundlichkeit ist zum Thema fürs Topmanagement avanciert“

Bundesfamilienministerium verstärkt Förderung betrieblicher Kinderbetreuung – Großkonzerne unterstützen Gründung des 575. Lokalen Bündnisses für Familie in Essen.

Das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend weitet ab sofort die Fördermöglichkeiten für Kinderbetreuung von Unternehmen aus und verlängert die Antragsfrist für das Förderprogramm Betrieblich unterstützte Kinderbetreuung um ein Jahr bis Ende 2010.

„Auch und gerade in Zeiten der Wirtschaftskrise hat Familie Konjunktur“, sagt Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen. „Wenn Unternehmen jetzt Betreuungsplätze für die Kinder ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter schaffen, ist das eine kluge Investition in die eigene Zukunftsfähigkeit. Für den Weg aus der Krise braucht die Wirtschaft mehr denn je junge, gut ausgebildete Fachkräfte. Deshalb haben wir die Antragsfrist für das Förderprogramm Betrieblich unterstützte Kinderbetreuung verlängert.“

Damit schafft das Ministerium neue Anreize für mehr Kinderbetreuung am Arbeitsplatz und trägt der aktuellen Konjunkturlage Rechnung. Neben der Antragsfrist werden auch die Fördermodalitäten erweitert: Das Programm ermöglicht nun auch eine öffentliche Kofinanzierung durch Länder und Kommunen. Unternehmen und Trägern der Betreuungseinrichtung stehen damit ab sofort weitere Finanzierungsquellen zur Verfügung. Das 2008 gestartete Förderprogramm Betrieblich unterstützte Kinderbetreuung fördert mit Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) der Europäischen Union bundesweit die Einrichtung neuer, betrieblich unterstützter Kinderbetreuungsplätze. Das Programm richtet sich an Unternehmen, die in Kindertageseinrichtungen neue, zusätzliche Gruppen für Mitarbeiterkinder bis zum vollendeten dritten Lebensjahr schaffen. Die Träger erhalten für die Betreuung von Mitarbeiterkindern maximal 50 Prozent der Betriebskosten bis zu einer Obergrenze von 6.000 Euro für jeden neuen Platz im Jahr. Der Zuschuss wird bis zu zwei Jahre lang gezahlt.

„Unternehmen, die in der Zukunft gute Mitarbeiter und damit Erfolg haben wollen, müssen auch für die Familien ihrer Arbeitnehmer von Anfang an mitdenken. Nur wer optimale Rahmenbedingungen für eine gute Vereinbarkeit von Familie und Beruf bietet, kann qualifizierte Fachkräfte auf Dauer an sich binden“, sagt Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen in ihrer Rede zum Gründungsakt des Lokalen Bündnisses in Essen. „Die Zeiten, in denen Familienbelange als Gedeons abgetan wurden, sind lange vorbei. Das Beispiel Essen beweist: Heute sind familienfreundliche Arbeitsbedingungen ein Thema für die erste Führungsriege. Vorausschauende Manager wissen, dass sich die Investitionen vielfach auszahlen - nicht nur für die Arbeitnehmer und ihre Familien, sondern auch für die Betriebe. Kein Wunder, dass sich deutschlandweit rund 5.000 Unternehmen in Lokalen Bündnissen für Familie engagieren.“

Laut einer Allensbach-Umfrage im April 2009 sehen trotz Wirtschaftskrise 70 Prozent der Unternehmer keinen längerfristigen Einfluss auf ihr familienfreundliches Engagement. Das ist auch wichtig, wie die Studie weiter aufzeigt: 74 Prozent beobachten nachweisbare betriebswirtschaftliche Vorteile durch familienfreundliche Angebote. Das Engagement der Lokalen Bündnisse für Familie geht jedoch weit über die eigenen Unternehmensgrenzen hinaus. Unternehmen finden hier Kooperationspartner aus Politik und Verwaltung, mit denen sie ihre Vorhaben, zum Beispiel in der betrieblich unterstützten Kinderbetreuung oder im Bereich der Pflege von älteren Angehörigen, effizient umsetzen können. Schon rund 5.000 Betriebe, fast alle Industrie- und Handelskammern und zahlreiche Handwerkskammern engagieren sich in den deutschlandweit 575 Lokalen Bündnissen für Familie. Mehr als 51 Millionen Menschen leben in ihrem Einzugsbereich.

Auch das Unternehmensnetzwerk „Erfolgsfaktor Familie“, mit dem das Bundesfamilienministerium und der Deutsche Industrie- und Handelskammertag Arbeitgeber bei der Umsetzung einer familienbewussten Personalpolitik unterstützen, zeigt große Erfolge: Mit über 2.300 Mitgliedern hat es sich zur zentralen Plattform familienfreundlicher Unternehmen entwickelt und verzeichnet auch in diesem Jahr stetigen Zuwachs. Dieses Programm wird ebenfalls aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds gefördert.

Mehr Informationen finden Sie unter www.erfolgsfaktor-familie.de/kinderbetreuung.

Ursula von der Leyen: „Family-friendliness has become a topic for top management“

Federal Ministry of Family Affairs strengthens the promotion of childcare in companies – large companies support the founding of the 575 Local Family Alliances in Essen.

With immediate effect the Federal Ministry of Family Affairs, Senior Citizens, Women and Youth (German: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend) is extending the support measures for companies' childcare and is extending the application deadline for the support program of company-supported childcare by a year, up to the end of 2010.

“Family is important, particularly in times of the economic crisis,” says Federal Minister for Family Affairs Ursula von der Leyen. “If companies now create childcare places for their employees, it's a wise investment in their own sustainability. To get out of the crisis, the economy needs more than just young, well-qualified specialist workers. Therefore, we have extended the application deadline for the support program of company-supported childcare.”

For this reason, the Ministry is creating new incentives for more childcare in the workplace and is taking into account the current economic climate. Besides the application deadline, the funding modalities are also being expanded: The program now enables public co-financing through States and local authorities. Further sources of finance will be immediately available to companies and supporting organisations of the childcare facilities. The support program of company-supported childcare, which began in 2008, facilitates the provision of new company-supported childcare places nationwide with funds from the European Social Fund (ESF) of the European Union. The program is aimed at companies which are creating new, additional groups for employees' children up until their fourth birthday in children's day-care establishments. For the care of employees' children, the supporting organisations receive a maximum of 50 percent of the running costs up to 6,000 EUR for each new place each year. The subsidy is paid for up to two years.

“Companies wanting good employees in the future and wishing to be successful in doing so, have to think along the same lines for their employees' families from the outset. Only those who offer optimum basic conditions for a good work-life balance, can retain qualified, specialist staff in the long run,” says Federal Minister Ursula von der Leyen in her speech at the foundation of the Local Alliance in Essen. “The time when family interests were made a fuss of is long since past. The Essen example demonstrates: Today, family-friendly working conditions are a topic for top management. Forward-looking managers know that the investments pay off in many cases – not just for employees and their families, but also for the companies. It's no wonder that around 5,000 companies in Germany are involved in Local Family Alliances.”

According to an Allensbach survey poll in April 2009, despite the economic crisis, 70 percent of companies see no long-term influence on their family-friendly dedication. Importantly, the study shows: 74 percent observe verifiable business advantages as a result of family-friendly 'offers'. However, the commitment of the Local Family Alliances goes beyond their own company limits. Here companies find cooperation partners in the fields of politics and administration, with which they can efficiently implement their intentions, for example in company-supported childcare or for the care of older relatives. Around 5,000 companies, almost all Chambers of Industry and Commerce and numerous Chambers of Trade are committed to the 575 Local Family Alliances throughout Germany. More than 51 million people live in the catchment area.

Also the company network “Erfolgsfaktor Familie” (Family Success Factor) - with the Federal Ministry for Family Affairs and the German Association of Chambers of Commerce and Industry supporting employers with the implementation of a family-friendly personnel policy - shows much success: With over 2,300 members it developed into a central platform of family-friendly companies and, this year, also shows continuous growth. This program is supported by money from the European Social fund.

More information can be found at www.erfolgsfaktor-familie.de/kinderbetreuung.

16 Plakate zum KiTa-Bildungsauftrag

„Plaudertasche und Wortakrobat“, „Gummistiefel & Dreckspritzer“ oder „Was ist Plutikimation?“ – mit frisch-frechen Wortspielen und Motiven thematisiert das nifbe auf 16 Plakaten den Bildungs- und Erziehungsauftrag der niedersächsischen KiTas.

Die Plakate bieten sich für den vielfältigen Einsatz in KiTas und Fachschulen an, beispielsweise

- um Eltern über den Bildungsauftrag und die alltägliche Umsetzung in der KiTa zu informieren und mit ihnen darüber ins Gespräch zu kommen.
- als Leitfaden für die Team- und Organisationsentwicklung in der KiTa
- als Impulsgeber für Projektwochen
- als ästhetische Möglichkeit KiTa- und Schulräume fachbezogen als „sprechende Wände“ zu gestalten
- als Leitfaden für die Kontextualisierungsarbeit zwischen Orientierungsplan und Lernfeldern in der Fachschulausbildung

Die Plakate sind im Rahmen eines vom nifbe geförderten Modellprojektes des Landkreises Osnabrück durch SchülerInnen der Franz-von-Assisi- und der Evangelischen Fachschulen Osnabrück sowie des Berufsschulzentrums Westerberg entwickelt und gestaltet worden. Die A2-Plakate sind im 16erSatz über die nifbe Ko- und Geschäftsstelle zu einem Preis von 25 Euro incl. Verpackung und Porto zu beziehen.

Herausgeber: Niedersächsisches Institut für frühkindliche Bildung und Entwicklung e.V. VR 200 278
Amtsgericht Osnabrück

Vorstandsvorsitz: Prof. Dr. Renate Zimmer
Johannistorwall 76 – 78, 49074 Osnabrück
Tel. 0541 58 054 57-0
E-Mail: info@nifbe.de



16 posters for day-care centre educational mission

“Chatterbox and wordsmith”, “wellington boots & spatter” or “what does ‘Plutikimation’ mean in German?” – with a fresh, bold play on words and motifs, the nifbe (Lower Saxony’s Institute for the education of toddlers and babies) tackled the topic of the educational mission of Lower Saxony day-care centres on 16 posters.

The posters lend themselves to different uses in day-care centres and vocational schools. For example:

- to inform parents about the educational mission and the everyday implementation in the day-care centre and to discuss such matters with them
- as a guideline for the team and organisational development in the day-care centre
- as source of inspiration for project weeks
- to create “informative walls” in day-care centre rooms and classrooms in an aesthetically-pleasing manner
- as a guideline for the contextualisation work between the orientation plan and fields of learning in vocational education

The posters have been developed and created within the framework of a nifbe-promoted model project of the District of Osnabrück by pupils of the Franz-von-Assisi and the Protestant vocational schools in Osnabrück as well as the Vocational School Centre in Westerberg.

The A2-sized posters are available in batches of 16 from the nifbe “Kostelle” office at a cost of 25 EUR incl. postage and packaging.

Publisher: Niedersächsisches Institut für frühkindliche Bildung und Entwicklung e.V. VR 200 278 Osnabrück District Court, Managing Director: Prof. Dr. Renate Zimmer
Johannistorwall 76 – 78 /// 49074 Osnabrück
Tel. 0541 58 054 57-0 /// e-mail info@nifbe.de

Herzlich willkommen in den neuen Welten von **Cameleo**

Sich bewegen, mit anderen Kindern spielen, wachsen, seine Träume wahr machen und das eigene Leben leben, ohne nur Zuschauer zu sein – all diese Tugenden können unsere Kinder nur auf dem Spielplatz im Freien entfalten. Hierin sind sich alle Fachleute in Sachen der kindlichen Entwicklung einig. Das Design des neuen Spielgeräteprogramms **Cameleo** von HUSSON gehorcht im Wesentlichen folgenden Zielsetzungen: Schaffung einer Vielzahl neuer Spielaktivitäten, Innovation in Design und Technik, individuelle Gestaltungsfreiheit des Planers bei der Zusammenstellung der Spielplätze und noch mehr Sicherheit für unsere Kinder.

Ein abschließender Hinweis an diejenigen, die lieber im Internet surfen:
Besuchen Sie uns auf unserer neuen Website: www.husson.eu

WEITERE INFORMATIONEN:
HUSSON INTERNATIONAL
Route de l'Europe- 68650 Lapoutroie-France
Tél: (+33) 03-89-47-56-56
Fax: (+33) 03-89-47-26-03
ekunegel@husson.eu
www.husson.eu

SIK-Holz
Spielen - Individualität - Kreativität

SIK-Holzgestaltungs GmbH
14913 Langenlippsdorf
fon: +49(0)33742 799 0
www.sik-holz.de

Besuchen Sie uns auf der FSB in Köln
28. - 30. Oktober 2009
Halle: 3.2 Stand: C 30 / E 31



Die „ich schaff‘ s Tour mit Oliver Kahn“

Der Startschuss für die „ich schaff‘ s Tour mit Oliver Kahn“, einer Initiative von easy living und dem Deutschen Kinderschutzbund Bundesverband e.V., ist im Städtischen St. Anna Gymnasium München gefallen.

Über 200 Schülerinnen und Schüler waren dabei, als Oliver Kahn das „ich schaff‘ s“-Programm gemeinsam mit dem Leiter des Institutes, Dr. Thomas Hegemann, vorstellte. Durch das Programm führte Heinz Hilgers, Präsident des Deutschen Kinderschutzbundes Bundesverband (DKSB) e.V., der auf die Bedeutung dieser Initiative hinwies: „Das Programm ‚ich schaff‘ s‘ wird die Jugendlichen in ihrer Entwicklung stärken, ihnen Perspektiven aufzeigen und vermitteln, dass es sich mit selbst gesteckten Zielen leichter und motivierter lernt“. Die erste Schule, die von dem international unter dem Namen ‚Kids‘ Skills‘ bekannten Motivationsprogramm profitieren wird, ist das Städtische St. Anna Gymnasium in München.

Die Schulleiterin Frau Dr. Ingrid Neuner sagte zum Grund für die Bewerbung: „Vor allem in der Pubertät stellen wir immer wieder fest, dass auch intelligente Schülerinnen und Schüler in ein ‚Motivationsloch‘ fallen. In Gesprächen äußern sie immer wieder glaubhaft ihren guten Willen, in der Praxis des Alltags aber scheitern sie dann doch. Leider sind Lehrkräfte nicht ausgebildet, ein systematisches, effektives Motivierungs- bzw. – ganz wichtig – Selbstmotivierungsprogramm mit Schülern durchzuführen“, so Neuner. „Deshalb ist es für uns eine große Chance, durch die Fortbildung einer größeren Gruppe von Lehrkräften unserer Schule, Hilfe dabei zu erhalten, möglichst viele Schülerinnen und Schüler zu einem erfolgreichen Abschluss zu führen“.

Und auch Günter Reichart, Leiter Vertrieb Privatkunden und Marketing der Lechwerke AG, freute sich über den Startschuss der Tour. „Nach dem easy living Millionenkick beim Abschiedsspiel von Oliver Kahn beginnt nun die nächste Phase der Zusammenarbeit zwischen der easy living card und Oliver Kahn. Durch-

setzungsvermögen, Ausdauer, der Wille zum Erfolg – das sind Eigenschaften, die wir mit der easy living card verbinden. Und deshalb freuen wir uns sehr, dass wir die Partnerschaft mit dem Oliver Kahn weiterführen können“. Ermöglicht haben die Tour Oliver Kahn und die easy living card – die Vorteilskarte für Bayern – durch den „easy living Millionenkick“ am 2. September 2008. Im Rahmen des Abschiedsspiels des Welttorhüters stellte sich der Titan zehn Amateurschützen: jeder Treffer wurde mit 100.000 Euro für den Schützen belohnt. Für jeden gehaltenen oder verschossenen Ball spendete easy living 100.000 Euro für soziale Zwecke. Insgesamt kamen so 500.000 Euro für die gute Sache zusammen. Ein Teil des Geldes ging an den Deutschen Kinderschutzbund, der damit die „ich schaff‘ s Tour mit Oliver Kahn“ realisiert. Wir sind davon überzeugt, dass es mit Hilfe dieses Programms gelingen wird, die Eigenmotivation und damit auch die Chancengerechtigkeit für Schüler unterschiedlicher Bildungsschichten zu verbessern“, schloss Hilgers seine Ausführungen an diesem aufregenden Tag.

Weitere Infos: Deutscher

Kinderschutzbund Bundesverband e.V. Bundesgeschäftsstelle
Schöneberger Str. 15 /// 10963 Berlin
Telefon: 030/214 809 – 0 // Telefax: 030/214 809 – 99.



BGL-Präsident Redeker startet in zweite Amtszeit

Der Bundesverband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau e. V. (BGL) wird auch in den kommenden beiden Jahren von BGL-Präsident Hanns-Jürgen Redeker an der Spitze maßgeblich mitgeprägt und in der Öffentlichkeit vertreten.



Beim „Achten BGL-Verbandskongress“ in der Bundesgartenschau-Stadt Schwerin stellte er sich turnusmäßig nach seiner ersten Amtszeit von vier Jahren zur Wiederwahl für eine zweite Periode, die weitere zwei Jahre umfasst. Die Delegierten bestätigten Redeker mit großer Mehrheit im Amt als BGL-Präsident. Unter dem Motto „Vieles erreicht – Neues im Blick“ hatte der gebürtige Hamburger zuvor in seiner Rede zum Auftakt des öffentlichen Kongresses eine sehr positive Bilanz gezogen und seine Ziele für die zweite Amtsperiode aufgezeigt.

Redeker will Erfolgskurs des BGL kontinuierlich fortsetzen

Redeker wies zum Beispiel darauf hin, während seiner zurückliegenden Amtszeit sei es den Landschaftsgärtnern durch einen ganzheitlichen professionellen Auftritt im Rahmen der Image- und PR-Kampagne gelungen, in der Öffentlichkeit immer bekannter zu werden. Dazu hätten jetzt auch die beiden Landschaftsgärtner-Auszubildenden Tobias Bohnert und Andreas Waldvogel beigetragen, die Anfang September 2009 den Weltmeister-Titel bei den Berufsweltmeisterschaften im kanadischen Calgary und die Goldmedaille errungen haben. „Wir sind in der Berufsbildung top!“ kommentierte Redeker den Erfolg. Die Landschaftsgärtner widmeten

sich zudem auch neuen Arbeitsgebieten. Der BGL-Präsident erklärte: „Ich sehe eine sehr große Zukunft durch die Einrichtung des neuen FLL-Arbeitskreises ‚Garten + Therapie‘“.

Gemeinsames „grünes Dach“ für alle grünen Verbände

In seiner zweiten Amtszeit möchte der BGL-Präsident vor allem auch die Kooperation mit den anderen grünen Verbänden, darunter mit dem Produktionsgartenbau, nach vorn bringen. Redeker: „Wir wünschen uns eine gute Zusammenarbeit auf gleicher Augenhöhe.“ So sei die Deutsche Bundesgartenschau-Gesellschaft mbH (DBG) „ein Musterbeispiel der Zusammenarbeit der drei gleichberechtigten Gesellschafter BGL, Bund deutscher Baumschulen e. V. (BdB) und Zentralverband Gartenbau e. V. (ZVG) mit Blick auf die Zukunftsperspektiven im Bereich der Gartenschauen“. Der BGL-Präsident erläuterte: „Es geht darum, die Stärken der grünen Branche zu bündeln und zum Wohl des Ganzen zu handeln.“ Sein erklärtes Ziel: „Wir wollen daran arbeiten, dass die Kooperation der grünen Verbände unter einem gemeinsamen grünen Dach zustande kommt“, so Redeker.

Weitere Informationen und Pressemitteilungen des BGL stehen auch zum Download im Internet bereit unter: www.galabau.de



The "I can make it tour" with Oliver Kahn

The tour called "ich schaff's Tour mit Oliver Kahn", an initiative of easy living and the Deutscher Kinderschutzbund Bundesverband e.V., kicked off in the grammar school Städtisches St. Anna Gymnasium in Munich.

Over 200 pupils attended when Oliver Kahn presented the "I can make it" program together with the Head of the Institute, Dr. Thomas Hegemann. The program was led by Heinz Hilgers, President of the Deutscher Kinderschutzbund Bundesverband (DKSB) e.V., who commented on the importance of this initiative: "The program 'ich schaff's' will strengthen young people in their development, open up their perspectives and communicate that they can learn easier and be more motivated with their self proclaimed goals". The first school to benefit from the motivational program, which is known internationally under the name 'Kids' Skills', is the Städtisches St. Anna Gymnasium in Munich.

For the purposes of the application, Head Mistress Dr. Ingrid Neuner said: "It is in puberty, in particular, that we always notice that even intelligent pupils are falling into a 'motivation hole'. When you talk to them they always express their good intentions believably, however in practice and in the reality of everyday life they fail. Unfortunately, teaching staff are not trained to carry out a systematic, effective motivational or – quite important – self-motivational program with pupils," states Neuner. "Therefore it's a great opportunity for us to get help with this through the advanced training of a larger group of teachers at our school, to help give chances of educational success to as many pupils as possible".

And also Günter Reichart, Head of Sales and Distribution to private customers and Marketing at Lechwerke AG, was delighted with the start-up of the tour. "After the "easy living million kick" with the Oliver Kahn's farewell game, the next phase in the cooperation between the easy living card and Oliver Kahn began. Assertiveness, stamina, the will for success – those are characteristics that we link to the easy living card. And, therefore, we are delighted to be able to continue the partnership with Oliver Kahn".

The Oliver Kahn Tour and the easy living card – the discount pass for Bavaria – have been made possible thanks to the "easy living million kick" on 2 September 2008. During the farewell game of the international goalkeeper, the titan faced ten amateur football players: each player who scored a goal was rewarded with 100,000 EUR per goal. For each saved or conceded goal, easy living donated 100,000 EUR for social purposes. In total 500,000 EUR was raised for a good cause. Some of the money went to the German Child Protection Association which realised the "ich schaff's Tour mit Oliver Kahn". We are convinced, with the help of this program, that it was successful in improving motivation and also the equal opportunities for children of different educational levels," Hilgers concluded on this exciting day.

Further information: Deutscher Kinderschutzbund Bundesverband e.V. Bundesgeschäftsstelle (National Headquarters) /// Schöneberger Str. 15 10963 Berlin /// Tel.: 030/214 809 – 0 /// Fax: 030/214 809 – 99.

BGL President Redeker enters second term in office

The Bundesverband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau e. V. (BGL) (association for horticulture, landscaping and sports grounds) is to be represented in the coming couple of years by BGL President Hanns-Jürgen Redeker - at top level and in public.

With the "Achten BGL-Verbandskongress" (Achten BGL Association Congress) in the National Garden Exhibition of the town of Schwerin, Redeker has been re-elected, on a rotational basis, after his first term in office of four years for a second time - for a further two years. The confirmed Delegate has been overwhelmingly accepted into his post as BGL President. Under the motto "Much achieved – More in sight", Hamburg-born Redeker had taken positive stock in his speech in the lead-up to the public congress and he also revealed his goals for his second term in office.

Redeker wants to continue on BGL'S road to success, without interruption

Redeker pointed out, for instance, during his previous term in office, that landscaper gardeners managed to become even more publicly well-known thanks to an integrated, professional appearance in the auspices of the image and PR campaign. For this purpose, both landscape gardener trainees Tobias Bohnert and Andreas Waldvogel have made a contribution and, at the beginning of September 2009, won the title of World Champion at the Professional World Championships in Calgary in Canada and received the gold medal. "We are right up there when it comes to vocational training!" - Redeker commented on their success. The landscape gardeners also devoted themselves to new employers. The BGL

President explains: "I can see a very promising future thanks to the establishment of the new FLL workgroup "Garden + Therapy".

Communal "green roof" for all green organisations

In particular, in his second term in office, the BGL President would also like to bring the cooperation with the other green organisations, including horticultural production, to the foreground. Redeker: "We are hoping for good teamwork on equal terms." According to the Deutsche Bundesgartenschau-Gesellschaft mbH (DBG): "a prime example of the teamwork between the three equal partners BGL, the Bund deutscher Baumschulen e. V. (BdB) (association of German tree nurseries) and the Zentralverband Gartenbau e. V. (ZVG) (central association for horticulture) in terms of the prospects for the field of horticultural shows." The BGL President explained: "It's about bundling the strengths of the green sector and acting for the good of everyone." His professed goal: "We want to work on the cooperation of the green organisations and them working under the same, communal green roof," stated Redeker.

Further information and BGL press releases can be downloaded online from: www.galabau.de

Städte brauchen Entlastung



Eine Umfrage der Zeitung "Welt am Sonntag" unter den 20 größten Städten zeigt: Für viele Kommunen wird es finanziell eng. Es ist vor allem die Gewerbesteuer, die vielerorts wegbricht. 400 Millionen Euro weniger als 2008 wird München voraussichtlich in diesem Jahr an Gewerbesteuer einnehmen, ein Minus von 24 Prozent. Das gilt nicht nur in München, wie die Umfrage ergab: In Mannheim beträgt das Gewerbesteuer-Minus 17 Prozent. Minus 20 Prozent in Dresden. Minus 30 Prozent in Hannover und Duisburg. Die Gewerbesteuer-Einbußen übertreffen in fast allen Städten die Einnahmen, die sie aus dem Konjunkturpaket II von Bund und Land 2009 zur Anregung der lokalen Konjunktur bekommen. Sind die Kosten noch beherrschbar? Ein Interview mit Dr. Stephan Articus, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Städtetages.

Playground@Landscape (P@L): Der Ausbau der Kinderbetreuung war eines der wichtigsten Ziele der letzten Bundesregierung. Bis 2013 soll für jedes dritte Kind unter drei Jahren ein Betreuungsplatz zur Verfügung stehen. Ist das noch zu schaffen?

Dr. Stephan Articus, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Städtetages: Heute steht die frühe Bildung der Kleinsten zu Recht im Fokus. Dabei werden mehrere Ziele verfolgt: der Ausbau der Betreuung, mehr und besser qualifizierte Erzieherinnen und Erzieher, eine bessere Entlohnung für sie, die Beitragsfreiheit für die Eltern. Alle Ziele sind nachvollziehbar. Aber sie können nicht gleichzeitig erreicht werden, weil viele Kommunen schon jetzt finanziell an ihre Grenzen stoßen.

Die Städte nehmen viel Geld in die Hand für den Ausbau der Kinderbetreuung und haben ein großes Interesse daran, das Angebot für Kinderbetreuung weiter auszubauen. Nur so können junge Eltern nach der Geburt eines Kindes wieder frühzeitig in ihren Beruf zurückkehren. Außerdem verbessern sich dadurch auch die Bildungschancen für die Kleinsten.

Die deutschen Großstädte liegen weit vorne beim Ausbau der Kinderbetreuung. In den westlichen Bundesländern wird im Durchschnitt für gut 12 Prozent der unter Dreijährigen Betreuung angeboten, so der Bericht der Bundesregierung zum Ausbau der Kinderbetreuung. Dagegen stehen in einer Reihe von westdeutschen Großstädten inzwischen bereits Plätze für bis zu 27 Prozent der Kleinkinder zur Verfügung.

Der Bund beteiligt sich mit vier Milliarden Euro am Ausbau der Kinderbetreuung, was wir sehr begrüßen. Aber er hat die Kostenfolgen der Aufgabe unterschätzt. Die Gesamtsumme von 12 Milliarden Euro ist noch nicht voll finanziert und reicht für den Ausbau der Betreuung bis hin zu einem Rechtsanspruch mit Sicherheit nicht aus. Bund und Länder müssen deshalb dringend mehr Geld geben, wenn das Ziel auch nur annähernd erreicht werden soll.

In Ballungsräumen und in großen Städten wird die angestrebte Betreuungsquote von 35 Prozent bei den Kindern unter drei Jahren nicht ausreichen. Die Nachfrage wird größer sein.

Das bekommen wir schon jetzt aus vielen Städten signalisiert, zumal es ab 2013 einen Rechtsanspruch auf Betreuung dieser Kinder geben wird.

P@L: Die Städte haben derzeit mit dramatischen Einbußen bei ihren Einnahmen zu kämpfen. Eine Umfrage der "Welt am Sonntag" unter den 20 größten Städten zeigt: Für viele Kommunen wird es finanziell richtig eng. Es ist vor allem die Gewerbesteuer, die vielerorts radikal weggebrochen ist. Welche Folgen hat diese Entwicklung?

Dr. Stephan Articus: Die Finanz- und Wirtschaftskrise ist so außergewöhnlich, dass auch die Folgen für die Haushalte der Kommunen dramatisch sind. Sinkende Steuereinnahmen machen vielen Städten schwer zu schaffen. 2009 müssen die Kommunen deutschlandweit mit einem Rückgang bei der Gewerbesteuer um 6 Milliarden Euro rechnen. Das ist ein Minus von rund 15 Prozent gegenüber dem Gesamtvolumen von 41 Milliarden Euro im Vorjahr. Einzelne Städte, vor allem in Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg, haben im ersten Halbjahr sogar dramatische Einbrüche der Gewerbesteuer erlitten und mehr als die Hälfte ihrer Einnahmen aus der wichtigsten städtischen Steuer verloren.

Die Kommunen müssen 2009 mit einer Verschlechterung des Finanzierungssaldos um mehr als 10 Milliarden Euro gegenüber dem Vorjahr rechnen. Ab dem Jahr 2010 sind zweistellige Milliardendefizite zu befürchten.

Die guten Jahre bis 2008 haben die Haushaltsprobleme vieler Städte nicht lösen können. Die Kassenkredite liegen inzwischen bei 32,6 Milliarden Euro. Sie haben sich in den vergangenen zehn Jahren verfünffacht. Das heißt: In immer größerem Umfang müssen Kommunen laufende Ausgaben auf Pump finanzieren.

P@L: Stolze 10 Milliarden Euro hat der Bund zusätzlich für Investitionen in Ländern und Kommunen mit dem Konjunkturpaket II bereitgestellt. Was wird in den Städten mit dem Geld gemacht?

Dr. Stephan Articus: Die Städte investieren vor allem in Bildung. Schulen und Kindergärten bekommen neue Fenster, neue Dächer und auch neue Spielplätze. Mensen für den Ganztags-schulbetrieb werden neu gebaut. Aber auch Bolzplätze bekommen neue Sportgeräte und verkehrsreiche Hauptstraßen werden mit Flüsterasphalt versehen - Tausende von konkreten Projekten setzen die Kommunen im ganzen Land derzeit in die Tat um. Es tut sich was in den Städten. Die Verwaltungen leisten ganze Arbeit, planen, versenden Ausschreibungen und vergeben Aufträge. Einige Projekte sind schon fix und fertig.

Das Konjunkturpaket II wirkt. Die Investitionen greifen. Aber sicher werden auch viele Projekte im kommenden Jahr auf den Weg gebracht und umgesetzt. Dafür haben die Kommunen bis Ende 2010 Zeit.

Es war eine richtige und wichtige Entscheidung des Bundes, den Fokus auf kommunale Investitionen zu richten. Die Kommunen sind der größte öffentliche Auftraggeber. Sie vergeben jährlich etwa Aufträge im Wert von etwa 150 Milliarden Euro. Gerade in der Wirtschafts- und Finanzkrise werden die Mittel aus dem Konjunkturpaket II gebraucht. Denn die Steuereinnahmen in den Städten sinken deutlich.

Deshalb ist es erfreulich, dass alle Länder auch finanzschwachen Kommunen Zugang zu den Konjunkturmitteln verschafft haben. Denn gerade sie konnten in den vergangenen Jahren kaum aus eigener Kraft investieren, weil sie beispielsweise kommunale Eigenanteile nicht aufbringen konnten.

Das Konjunkturpaket II kann zwar den starken Rückgang der kommunalen Steuereinnahmen nicht kompensieren, aber es mildert ihn spürbar ab. Und es hilft gerade in der Krise der örtlichen Wirtschaft.

P@L: Fast ein Viertel ihrer gesamten Ausgaben wenden die Kommunen inzwischen für soziale Leistungen auf. Allein die Ausgaben für Sozialhilfe sind im vergangenen Jahr um knapp fünf Prozent auf 19,8 Milliarden Euro gestiegen. Sind die Kosten noch beherrschbar?

Dr. Stephan Articus: Die Sozialausgaben der Kommunen klettern 2009 voraussichtlich erstmals auf 40 Milliarden Euro, das sind 80 Prozent mehr als 1992. Allein für die Unterkunftskosten

für Langzeitarbeitslose wenden die Kommunen zur Zeit mehr als 10 Milliarden Euro auf. Die Sozialausgaben wachsen voraussichtlich mit steigender Tendenz in der zweiten Jahreshälfte 2009 und im Jahr 2010, wenn der Anstieg der Langzeitarbeitslosigkeit auf die Kommunalhaushalte durchschlägt. Außerdem fallen die Sozialhilfeausgaben, die Ausgaben für Jugendhilfe und für die Grundsicherung für ältere Menschen besonders ins Gewicht.

Der Anteil der Investitionen an den Gesamtausgaben der Kommunen hat sich seit 1970 um zwei Drittel verringert, der Anteil der Sozialausgaben in der gleichen Zeit mehr als verfünffacht. Dieser Vergleich macht deutlich, dass den Städten immer weniger Gestaltungsspielraum bleibt, um sich wichtigen Herausforderungen mit starker Investitionskraft zu widmen.

P@L: Was muss langfristig geschehen, dass es den Städten und Kommunen langfristig besser geht?

Dr. Stephan Articus: Eine wichtige Schlussfolgerung heißt für uns: Die Städte brauchen eine spürbare Entlastung bei den Sozialausgaben. Gerade Städte mit hoher Arbeitslosigkeit, die vielfach mit einer dramatischen Verschuldung zu kämpfen haben, können diese stetig wachsende Last finanziell nicht mehr verkraften.

Wir erwarten von der neuen Bundesregierung, dass sie die Bundesbeteiligung an den Unterkunftskosten für Langzeitarbeitslose und ihre Familien erhöht. Andernfalls würden den Kommunen hier 2010 Mehrkosten von zwei Milliarden Euro drohen. Es kann und darf nicht sein, dass der Bund trotz steigender Arbeitslosigkeit und Unterkunftskosten seinen Anteil an diesen Ausgaben absenkt. Die heutige Berechnungsformel, die dieses absurde Ergebnis produzieren würde, muss korrigiert werden.

Die Menschen vertrauen auf umfassende Angebote zur Daseinsvorsorge in den Städten, wie Kinderbetreuung, Schulen, Krankenhäuser und öffentlichen Nahverkehr. Die Städte, und im besonderen Maße finanzschwache Städte, brauchen deshalb eine aufgabengerechte Finanzausstattung, um handlungsfähig zu bleiben. ■

Das Interview führte Thomas R. Müller (Playground@Landscape)

Cities need relief

A survey carried out by the German newspaper "Welt am Sonntag" among the 20 largest cities shows: Finances are tight for many communities. This is due above all to the strong drop in local business taxes suffered in many locations. Munich, for example, will take in 400 million Euro less in business taxes than in 2008, a drop of 24 percent. And this does not apply only to Munich, as the survey showed. In Mannheim the drop in business tax income will be minus 17 percent. Minus 20 percent in Dresden. Minus 30 percent in Hanover and Duisburg. The drop in business taxes in practically all cities is higher than the income which they receive from the economic stimulus package II funded by the region and state in 2009 to stimulate the local economy. Are the costs still controllable? An interview with Dr. Stephan Articus, Executive Director of the German Association of cities.

Playground@Landscape (P@L): The upgrading of child care was one of the most important goals of the last federal government. By 2013 it was intended to ensure a place in day care for every third child under the age of three. Can this still be achieved?

Dr. Stephan Articus, Executive Director of the German Association of Cities: Today focus is placed, quite rightly, on early education of the youngest children. This involves several targets being set including up-

grading of child care, more and better qualified educational staff with improved salaries and no school charges for parents. All these targets are understandable, but they cannot all be achieved at the same time as many communities have already reached their financial limits.

Cities invest a sizeable amount of money for improvements in child care and have a founded interest in further upgrading their offer. Only in this way can young parents return to their professions at an early stage. In addition, this also improves the educational chances for young children. ►

The major German cities are taking the lead in improving child care. According to the governmental report on child care, on average in the western federal states, places are available for around 12 percent of all children under the age of three. In a series of West German cities, on the other hand, places are now already available for up to 27 percent of small children.

The government has contributed four billion Euro towards improving child care which we greatly appreciate, but at the same time, the overall cost of the task has been underestimated. The total amount of 12 billion Euro has not yet been completely covered and in itself, is definitely not enough to cover the cost of child care as a legal right. For this reason, it is imperative that the federal state and the regions provide more funds if we are to achieve anywhere near our targets.

In the agglomerations and in large cities the targeted child care quota of 35 percent of children below the age of three will not be sufficient. Demand will be higher. This is already being indicated to us by many cities, particularly as a legal claim to child care will exist by 2013.

P@L: Cities are currently faced with a dramatic drop in income.

A survey carried out by the newspaper "Welt am Sonntag" among the 20 largest cities shows that finances are really tight for many communities. This is mainly due to the sharp drop in income from business taxes. What will be the consequences of this development?

Dr. Stephan Articus: The financial and economic crisis is so exceptional that the consequences for urban communities are also dramatic. Reduced revenue is a problem for many cities. In 2009 communities throughout Germany must expect a drop of around 6 billion Euro in lost business revenue. This is a minus of around 15 percent compared to the total volume of 41 billion Euro of the previous year. Some single cities, above all in North Rhine-Westphalia and Baden-Württemberg, experienced a dramatic drop in business taxes for the first six months of the year and have lost more than the half of their income from the most important community taxes.

The communities must expect a further worsening of the net spending balance by more than 10 billion Euro in 2009 compared to the previous year. From 2010, two-digit billion deficits must be expected.

The prosperous years leading up to 2008 did not solve the budget problems of many cities. In the mean time, ways-and-means loans amount to around 32.6 billion Euro and have increased tenfold in the past ten years. This means, that communities must increasingly finance their expenditure with credit and loans.

P@L: The considerable sum of 10 billion Euro has been funded by federal government in the economic stimulus package II for investment in regions and communities. What is being done in the cities with this money?

Dr. Stephan Articus: The cities are investing primarily in education. Schools and kindergartens are being renovated with new windows, roofs and playgrounds. Kitchens are being rebuilt for day schools but recreation grounds are being equipped with new equipment and main roads with heavy traffic are being fitted with noise-reducing 'silent asphalt' – thousands of finalised projects which are currently being implemented by communities throughout the country. Things are moving in the cities. Administrations are doing good work with planning, calling for tenders and assigning orders. Some projects are already completely finished.

The economic stimulus package II is working. Investment is taking ef-

fect, but many will projects will be initiated and implemented in the coming year, the communities have been given time for this until the end of 2010.

It was a correct and important decision by the government to place focus on community investing. The communities are the largest public ordering party and assign orders to the value of around 150 billion Euro each year. It is right now during this economic and financial crisis that funds from the economic stimulus package II are urgently needed as income from taxes is clearly dropping.

This is also why it is pleasing that all regions have also made the funds available to financially weak communities, which could hardly carry out any investment on their own over the past years because they simply did not have the capital for the community contribution.

The economic stimulus package II cannot compensate for the strong drop in community tax income, but it has a noticeable tempering effect and is a help for local business especially during the crisis.

P@L: The communities now spend nearly one quarter of their total expenses for social benefits. Spending for social welfare alone increased last year by nearly five percent to 19.8 billion Euro. Can these costs still be controlled?

Dr. Stephan Articus: Social spending by communities will probably reach the 40 billion Euro mark for the first time by the end of 2009. This is 80 percent more than in 1992. Long-term unemployment payments alone currently cost the communities more than 10 billion Euro. Social benefits will probably increase more rapidly in the second half of 2009 and throughout 2010 when the increase in long-term unemployment takes effect on community budgets. In addition, spending for social benefits, expenses for youth support and basic social care for old people have the greatest impact.

The investment share of overall spending by communities has dropped by more than two thirds since 1970, the share of social spending has increased more than five fold in the same period. This comparison makes it clear that the cities have increasingly less creative scope to handle important challenges with investment strength.

P@L: What must happen in the long term so that cities and communities can recover?

Dr. Stephan Articus: An important conclusion for us is that cities need noticeable relief from social spending. It is in particular those cities with high unemployment which are also often faced with the problem of dramatic borrowing positions and which can no longer carry the growing financial burden.

We expect the new federal government to increase the federal contribution towards the cost of accommodation for long-term unemployed and their families. Otherwise communities will be faced with additional costs to the amount of two billion Euro in 2010. It cannot and should not be that despite increasing unemployment and cost of accommodation, the federal government cuts its contribution towards these costs. The current calculation formula which would produce this absurd result must be corrected.

The population believes in a comprehensive offer for social services in cities including child care, schooling, hospitals and public transport. The cities, and especially financially weak cities, need financial funding allowing them to fulfil their tasks and to remain capable of action. ■

Interview carried out by Thomas R. Müller (Playground@Landscape)



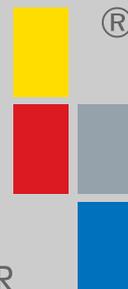
espas GmbH
Graf-Haeseler-Str. 7-9
D 34134 Kassel
Tel: +49 (0) 561 574 63 90
Fax: +49 (0) 561 574 63 99
info@espas.de



www.espas.de



espas[®]
SPIELGERÄTE & STADTMOBILIAR





Bundesverband der Spielplatzgeräte und Freizeitanlagen-Hersteller e.V.

An der Pönt 48 | 40885 Ratingen
Tel.: 02102-186121 | Fax: 02102-186-255
E-Mail: rynek@bsfh.info
Internet: www.bsfh.info



ABC-Team Spielplatzgeräte GmbH
www.abc-team.de



Aukam GmbH
www.aukam.de



Berliner Seilfabrik GmbH & Co.
www.berliner-seilfabrik.de



BSW GmbH
www.berleburger.de



conlastic GmbH
www.conlastic.com



DEULA Westfalen-Lippe GmbH
www.deula-waf.de



eibe Produktion +
Vertrieb GmbH & Co.
www.eibe.de



Espas
www.espas.de



Hags mb Spielidee GmbH
www.hags.com



Hesse
www.hesse-spielplatzgeraete.de



Huck Seiltechnik GmbH-
Seilspielgeräte
Internet: www.huck.net



Julius Cronenberg o.H.
Internet: www.cronenberg.de



Kaiser & Kühne
Freizeitgeräte GmbH
Internet: www.kaiser-kuehne-play.com



KLETTERMAX GMBH
Internet: www.spielplatzgeraete.de



KOMPAN GMBH
Internet: www.kompan.com



Lappset Spiel-Park-
Freizeitsysteme GmbH
Internet: www.lappset.com



Gummiwerk Kraiburg
www.kraiburg-relastec.de



Playparc
www.playparc.de



ÖCOCOLOR GmbH & Co. KG
www.oecocolor.de



Pieper-Holz GmbH
www.pieperholz.de



PLAY-TEAM Spielgeräte GmbH
www.play-team.de



PLAYTOP SPIELPLATZ GMBH
www.playtop.de



PROCON Play & Leisure GmbH
www.procon-gmbh.com



Proludic GmbH
www.proludic.de



Sieg Spiel und Sportanlagen GmbH
www.sieg-galabau.de



SIK-Holz
www.sik-holz.de



Spiel-Bau GmbH
www.spiel-bau.de



Spogg Sport-Güter GmbH
www.hally-gally-
spielplatzgeraete.de



TOP Spielgeräte GmbH
www.top-spielgeraete.de



Seilfabrik Ullmann Handels-
niederlassung Bremen GmbH
www.seilfabrik-ullmann.de



Wehrfritz GmbH
www.wehrfritz.de



Wissmeier Spielplatzgeräte
www.wissmeier-spielplatzgeraete.de



TÜV SÜD PRODUCT SERVICE GMBH
Niederlassung Hamburg
www.tuev-sued.de



Foto: Berliner Seilfabrik

Mit Sicherheit auf dem Spielplatz.

Auf dem Spielplatz können Kinder sich austoben und bewegen. Vor allem aber hat das spielende Kind an den unterschiedlichen Kletter- und Spielgeräten die Möglichkeit, seine körperlichen Grenzen zu erfahren und durch Ausprobieren seine Bewegungsfertigkeiten zu steigern. Nur so kann es in seinen Bewegungsabläufen sicherer werden und durch Erfahrung der eigenen körperlichen Fähigkeiten ein selbstsicheres Schutzverhalten aufbauen. Wenn Schaukeln, Klettergeräte und Rutschen den sicherheitstechnischen Anforderungen gerecht werden, ist noch längst nicht alles Notwendige

getan. Die Anordnung der Geräte, die Einfriedung, die Gestaltung des Untergrunds und der Zugang zum Spielplatz spielen ebenfalls eine wichtige Rolle für die Sicherheit. Die Anordnung der Geräte auf dem Spielplatz sollte so gestaltet sein, dass Kinder die Spielgeräte erreichen können, ohne z.B. den Schwingbereich von Schaukeln oder den Fahrbereich von Seilbahnen durchqueren zu müssen. Neben diesen Punkten ist auch ein intakter und vollständiger Fallschutz wichtig.

Denn die Spielplätze müssen sicher sein!

**Für Sicherheit auf dem Spielplatz
stehen die Hersteller des BSFH**

(Bundesverband der Spielplatzgeräte und Freizeitanlagen-Hersteller e.V.)

An der Pönt 48 | 40885 Ratingen | Tel.: 02102-186121 | Fax: 02102-186-255

E-Mail: gubitz@bsfh.info | rynek@bsfh.info | Internet: www.bsfh.info





FSB 2009: Frei(raum)denker schaffen Spielräume für das Freizeitvergnügen

Vom 28. bis 30. Oktober 2009 feiert die FSB, Internationale Fachmesse für Freiraum, Sport- und Bäderanlagen, ihr 40-jähriges Jubiläum. Rund 500 Unternehmen aus 44 Ländern präsentieren auf rund 62.000 m² Bruttoausstellungsfläche ihre Neuheiten, Innovationen, Produkte und Services in Köln.

„Alle namhaften Hersteller sind vertreten“, berichtet Oliver P. Kuhr, Geschäftsführer der Koelnmesse GmbH. „Damit untermauert die FSB ihre Position als international führende Messe für die Bereiche Freiraum, Sport- und Bäderanlagen eindrucksvoll.“ Aufgrund kommunaler Konjunkturpakete und eines hohen Renovierungsbedarfs bei Sport- und Freizeitanlagen erwarten viele Branchenvertreter, dass die FSB Schwung in die beteiligten Wirtschaftszweige bringt. Denn die Messe, deren ideale Trägerin die Internationale Vereinigung Sport- und Freizeiteinrichtungen (IAKS) ist, gilt als internationale Business- und Kontaktplattform Nr. 1. Mit 55 Prozent Ausstellern und 60 Prozent Besuchern aus dem Ausland ist die Messe höchst international. Zudem sind 90 Prozent der Besucher an Einkaufs- und Beschaffungsentscheidungen beteiligt. Auf die Besucher wartet aufgrund der breiten Produktpalette und der Innovationskraft der beteiligten Branchen auch 2009 eine spannende FSB. Das Angebot der Aussteller wird durch ein breit gefächertes und abwechslungsreiches Rahmenprogramm abgerundet. Dieses beinhaltet Fachveranstaltungen wie den IAKS Kongress, das 3. Kölner Schwimmbad- und Wellnessforum, den Kongress STADT und RAUM oder auch das Forum Kunstrasen. Zudem werden die Sieger diverser Wettbewerbe wie des IOC/IAKS Awards, des IPC/IAKS Sonderpreises oder des Wettbewerbs „SPA WELTEN“ auf der FSB prämiert. Nicht zuletzt laden zahlreiche Sonderflächen zum Zuschauen und Mitmachen ein – angefangen von Basketball, Soccer und Hockey, über Wasserfitness und Eislaufen bis hin zu Spiel- und Freizeitgeräten.

Die FSB 2009 belegt die Hallen 3.2, 11.1, 11.2 und 11.3 der Koelnmesse. Parallel zur FSB findet auch die aquanale - Internationale Fachmesse für Sauna, Pool, Ambiente - vom 28. bis 31. Oktober in den Hallen 10.1 und 10.2 statt. Die räumliche Verknüpfung der Schwimmbadbereiche der beiden Messen schafft ein attraktiv gestalteter Wasserboulevard. Dieser verbindet die direkt nebeneinander liegenden Hallen des privaten und öffentlichen Schwimmbadsektors miteinander. Insgesamt stellen rund 380 Unternehmen allein aus den Segmenten Schwimmbad und Sauna auf den beiden internationalen Fachmessen in Köln aus. Damit sind alle Aspekte des Schwimmens, der private und öffentliche Schwimmbadbereich, in Köln komplett auf einer Plattform vertreten.

Spielplatz auf der FSB

Der Freiraum wird als Erlebnis-, Begegnungs- und Erholungsbereich zu einem immer wertvolleren Gut. Begegnungsbereiche und Spielbereiche für Jung und Alt, Freiräume zur Freizeitgestaltung sind die spannenden Zukunftsaufgaben, die sich den „Freiraumplanern“ in den kommenden Jahren stellen. Die FSB bietet hier die ideale Plattform: Die Entscheider aus den kommunalen und privatwirtschaftlichen Bereichen treffen hier auf innovative Unternehmen, für die höchste Spiel- und Freiraumqualität ein Kerngeschäft ist.

Frei(raum)denker schaffen Spielräume für das Freizeitvergnügen! Spiel- und Freizeitgeräte laden in Halle 3.2. und 11.2.

Die Sonderschau Stadt und Raum lädt zum Ausprobieren ein. Dort dreht sich alles um Stadtgestaltung, Spielgeräte und urbanes Design. Produkte wie Park- und Stadtmobiliar, Spielplatzgeräte oder Objekte für den öffentlichen Raum werden präsentiert. Speziell mit Hinblick auf den demografischen Wandel stehen jedoch nicht Speziallösungen für einzelne Zielgruppen, sondern Produkte für alle im Mittelpunkt. Auch der begleitende Kongress Stadt und Raum beschäftigt sich mit der Herausforderung, urbane Räume für alle zu schaffen. Im Seminar der DEULA (Deutsche Lehranstalt

Folgende BSFH-Mitglieder sind Aussteller auf der FSB:

ABC-Team Spielplatzgeräte GmbH	Halle 03.2 Stand B031 / A030
Berliner Seilfabrik GmbH & Co.	Halle 03.2 Stand E021 / C020
BSFH e.V.	Halle 03.2 Stand B010
BSW Berleburger Schaumstoffwerk GmbH	Halle 11.2 Stand Q40 / R 041
Conlastic GmbH	Halle 03.2 Stand D011 / C010
Espas GmbH	Halle 03.2 Stand B041 / A040
Gummiwerk Kraiburg Relastec GmbH	Halle 11.2 Stand S031
Huck Seiltechnik GmbH	Halle 03.2 Stand B021 / A020
Kaiser & Kühne Freizeitgeräte GmbH	Halle 03.2 Stand C030 / E031
Playground + Landscape Verlag GmbH	Halle 03.2 Stand B010
SIK-Holzgestaltungs GmbH	Halle 03.2 Stand C030 / E031
Spogg Sport-Güter GmbH	Halle 03.2 Stand B021 / A020

für Agrartechnik) wird zudem über „Spiel, Spaß, Sicherheit: Die wichtigsten Regeln für die Spielplatzplanung“ diskutiert.

Fachveranstaltungen für alle Zielgruppen

Auf der Agenda der FSB stehen darüber hinaus noch zahlreiche weitere Fachveranstaltungen für die unterschiedlichen Zielgruppen. So laden die IAKS und das Innenministerium NRW zur Veranstaltung „Sportstätten in Deutschland - Fit für die Zukunft“ ein, die Forschungsgesellschaft Landschaftsentwicklung Landschaftsbau (FLL) präsentiert neue Erkenntnisse für den grünen Bereich, und die Regionale 2010 stellt sich vor. In anderen

Veranstaltungen stehen Qualifizierungsangebote für Bau und Betrieb von Sport- und Freizeitanlagen oder auch die Frauenfußball WM in NRW im Mittelpunkt. Auch der Landschaftsarchitektentag NRW unter dem Motto „Land schafft Landschaft“ und die Gartenamtsleiterkonferenz NRW finden im Rahmen der FSB in der Koelnmesse statt. Nicht zuletzt trifft sich die Arbeitsgemeinschaft Deutscher Sportämter unter der Überschrift „Kommune & Sport“, der Bund Deutscher Schwimmmeister lädt zum Symposium, und der Freiburger Kreis - Arbeitsgemeinschaft größerer deutscher Sportvereine e.V. - organisiert die Abschlussveranstaltung der Initiative „Aktiv vor Ort - Lokale Senioren-Netzwerke in NRW“.

Stadt Leipzig präsentiert seinen Bürgern über 400 Spielplätze

Um die 400 Spielplätze gibt es in der Stadt Leipzig. Auf der Internetseite www.leipzig.de werden einige der Spielplätze vorgestellt, die sich nicht nur gut als Ziel eines Wochenendspaziergangs oder einer Radtour eignen, sondern auch solche Spielplätze, die Raum für Naturbeobachtungen und Spielen mit natürlichen Materialien ermöglichen oder besonders schön gestaltet sind.

Spielplatz im Clara-Zetkin-Park: Dieser Spielplatz ist einer der größten und vielfältigsten in Leipzig. Er eignet sich wunderbar als Ziel für Ausflüge mit dem Rad oder zu Fuß. Bei schönem Wetter ist es sehr überlaufen, aber dafür gibt es für alle Altersstufen tolle Spielangebote, die unmöglich alle aufgezählt werden können.

Naturspielraum „Rabennest“: Wer mal keinen klassischen Spielplatz sucht, findet im Rabennest Naturraum zum Spielen. In der parkartigen Anlage laden Holzgegenstände und Holzfiguren zum Spielen ein. Gleichzeitig lässt die Anlage Raum für Naturbeobachtungen und Spielen mit natürlichen Materialien. Daneben bieten die Rasenflächen genug Platz für Ballspiele aller Art.

Spielplatz am Karl-Heine-Kanal: Der Spielplatz ist lohnendes Ziel einer kleinen Radwanderung am Karl-Heine-Kanal, kann aber auch gut zu Fuß erreicht werden. Besondere Attraktion ist das Wasserspiel, zu dem die Kinder das Wasser aus dem Kanal hochpumpen können.

Spielplatz am Fockeberg: Schön gelegen ist der Spielplatz am Fockeberg ein lohnendes Ausflugsziel oder gut als Station eines größeren Fahrradausflugs, beispielsweise durch den Auenwald, geeignet. Der Spielplatz bietet einiges zum Entdecken und Ausprobieren, zum Beispiel eine große und eine kleine Rutsche, einen Ballspielplatz, Wildstein- und Reifenkaskaden zum Klettern. Als Besonderheit gibt es eine Rad-Rallyestrecke.

Spielplätze im Wildpark: Die Spielplätze im Wildpark eignen sich gut zum Austoben nach einem Spaziergang und sind so neben den Tieren ein weiteres Highlight. Es gibt für alle Altersgruppen interessante Spiel-

angebote. Der Spielplatz am Teehaus ist umzäunt und eignet sich besonders für kleinere Kinder, die anderen stellen schon größere Anforderungen an die Rutsch- und Kletterfähigkeiten.

Grüner Gürtel Grünau: Der Grüne Gürtel Grünau befindet sich im Wohnkomplex 8.3, der am Stadtrand liegt. Auf der Grundlage eines vorhandenen Dammes entstand hier ein bewegtes Landschaftsrelief. Für Kleinkinder gibt es einen schönen Sandspielplatz und Schaukeltiere. Größere Kinder können die Kletterhäuschen aus Holz, den Tarzanschwinger, die großen Rutschen und verschiedene Schaukeln nutzen. Auf die Großen warten ein Bolzplatz und eine Streetballanlage, aber auch Tischtennis kann gespielt werden. Erreichbar ist der Spielplatz auch über ein gut ausgebautes Radwegenetz. Übrigens: Im Jahr 1998/99 wurde die Stadt Leipzig für dieses Projekt mit dem Spielraumpreis des Deutschen Kinderhilfswerks ausgezeichnet.

Grünau Don Quichotte: Ein über Stufen und Rampen zu erreichender Hügel mit verschiedenen Anbauten lädt zum Bespielen ein. Die Hügelaufgänge sind mit unterschiedlichen Materialien, wie z. B. Schotterrasen oder Pflaster befestigt. Für Abwechslung sorgen außerdem ein Sandspielplatz für die Kleinen sowie ein Gerätespielplatz mit tollen Klettermöglichkeiten und Rutsche für die Großen. Der Spielbereich mit den Gerätekombinationen ist teilweise mit Fallschutzplatten befestigt, so dass auch ein Befahren mit Rollstühlen möglich ist. Die verschiedenen Belagflächen und Hügelbauten (Findlinge, Holzpalisaden) eignen sich zum Tasten, Fühlen und als Orientierungshilfe für Sehbehinderte.

Potsdamer STADTENTWICKLUNG: Gewoba schließt Sanierung von 290 Wohnungen ab und weiht „Aktiv-Anlage“ ein

Am 22.09. eröffnete die Gewoba den Platz an der Stormstraße mit Geräten vor allem für ältere Menschen: „Aktiv-Anlage“ genannt. Eine politisch-sprachliche Korrektheit, die offenbar völlig unnötig war: Die künftigen Nutzer sagen nämlich ganz selbstverständlich „Seniorenspielplatz“ dazu, auch „Rentnerrummel“ und sogar „Omabeschleuniger“. Und sie meinen es nicht abwertend: Die Damen und Herren, die gestern zur Übergabe aus ihren Wohnungen kamen, begrüßten die neue Anlage ausdrücklich, probierten die Geräte weidlich aus und hatten sie zum Teil schon mit ausgesucht: Die Gewoba war mit einigen Mietern einkaufen gefahren, um den Beintrainer, den Beweg-

lichkeitstrainer, das Massagegerät und den Schultertrainer zu finden. Die aus verwitterungsbeständigem Edelstahl gefertigten Geräte stehen auf einer Rasenfläche zwischen sanierten Plattenbauten – sie waren Teil der Sanierungsmaßnahme. Mehr als ein Jahr lang hat die Gewoba dort in der Knobelsdorff- und der Stormstraße 290 Wohneinheiten aus den Jahren 1972 und 1973 erneuert – für 13,7 Millionen Euro. Geschäftsführerin Christiane Kleemann: Auf ihren „Spielplatz“ haben sich die älteren Bewohner aber mit am meisten gefreut. Von jenen, die zum „Antesten“ erschienen, gelobten dann auch einige, zum regelmäßigen Training wiederzukommen.

Official Launch of FEPI's Capital of Play Award Contest in the Nordic Countries

The Capital of Play Award is a free of charge competition promoted by FEPI rewarding the local authorities, communes or gathering of communes, who develop state of the art installations policies for playground areas equipment.

Following the successful implementation of a similar project in France by FEPI's member APEAJ (the French's Play Industry Federation), FEPI has been extensively working during the last years to duplicate such initiative at the European level.

FEPI has also submitted this project as its commitment to the European Commission's Platform on Diet, Health and Physical Activity from which FEPI is an active member since 2006 representing the physical activity sector and more specifically, children's need to be physically active as the best mean to counteract children's obesity in Europe.

The contest is as at a first stage organised simultaneously both in Finland and Sweden with the final aim to spread the initiative to other European countries in order to create a European award. FEPI will be looking for the most engaging playground area or



the most innovative plan for an outdoor area in a municipality/ city in the respective countries. The official competition has been launched in April and will remain open for applications until the end of this 2009 for the current year's award.

Although special focus is placed on children, adults and seniors are also targeted through the encouragement of innovative design of play areas considered as intergenerational places where to enhance wellness by playing and interacting together in a common ground. By organising the

Capital of Play Competition, FEPI would like to stress the importance of adequate up to date and innovative environments for people of all ages to be physically active.

There are two levels of competition, one for Municipalities and cities with less than 50.000 inhabitants and a specific one for cities with more than 50.000 inhabitants. This distinction was introduced in order to take in account the national characteristics of the countries where the competition has been launched.

The major prize for the respective winners consists of playground equipment worth 15.000 euro and a diploma certifying "the Capital of Play award 2009" winner. FEPI would like to express its gratitude to Lappset group and Hags for their active contribution with all practical arrangements respectively in Finland and Sweden.

The jury would be carefully selected to be representative of different stakeholders such as landscape architects, green area planners, children's organisations, Ministry of education, Universities and organising companies. ■

To find more information about the contest please visit the respective websites for Finland www.vuodenleikkiteko.fi and for Sweden www.lekplatskampen.se or to contact FEPI secretariat assistant@fepi-play.org, (www.fepi-play.org)



Bericht zum 11. Netzwerktreffen des VDH

Am 21. und 22. September 2009 trafen sich die Mitglieder des Verbandes Deutscher Hallenspielfläche (VDH) nun schon zum 11. Netzwerktreffen, diesmal in Dülmen in der Anlage Joy'n Us.

Das traditionelle Vorabendtreffen war bereits mit vielen Teilnehmern sehr gut besucht. Der offizielle Teil am nächsten Morgen wurde von Christian Tropp, Tollywood Frankfurt, moderiert. Zunächst berichteten die Vorstandsmitglieder über die Aktivitäten seit dem letzten Treffen.

Thorsten Timm, Thikos Kinderland Schmallenberg, berichtete über das neue Rahmenabkommen mit dem TÜV Süd, das Mitgliedern eine vergünstigte Möglichkeit zur TÜV-Prüfung ihrer Anlage bietet. So soll allen Mitgliedern der jährliche Sicherheitscheck noch einfacher gemacht werden.

Frederic Voss, Joy'n Us Dülmen, organisierte einen Vortrag der DEHOGA und informierte über die Vorteile und Vergünstigungen einer Mitgliedschaft, z.B. bei den Gema-Gebühren.

Dr. Achim Landvogt, der Vorsitzende des Verbandes, rabattzi! Hamburg, sprach über die verschiedenen Kooperationsanfragen an den Verband und über die Umsetzung eines gemeinsam organisierten E-mail Newsletters für die Gäste der einzelnen Hallenspielfläche (HSP). Durch Synergien und gemeinsame Meldungen kann jeder HSP seine Gäste individuell ansprechen und aktuell informieren ohne dabei das Marketingbudget übermäßig zu belasten.

Dr. Achim Landvogt präsentierte ebenfalls die neue Webseite des VDH (www.myvdh.de), die einen großen Schritt zu noch mehr aktuellem Informationsaustausch darstellt. Großen Anklang fand hier der passwort-geschützte Mitgliederbereich mit dem Forum, in dem registrierte Mitglieder sich untereinander über aktuelle Ideen und Fragen austauschen können.

Nach einem vorzüglichen Mittagsbuffet kam als eingeladener Referent Stefan Kraus von ChangeWorks GmbH zu Wort, der in Gruppenarbeit interessante Managementthesen bearbeiten ließ,

als Beispiele für die neue VDH-Seminarreihe für Führungskräfte und Mitarbeiter im Hallenspielfeld.

Boris Bünning, Kikea, referierte dann über erprobte Marketingtools, die er mit seiner Firma anbietet, die sich schon lange auf die Beratung von HSP spezialisiert hat. Dies leitete über in eine engagierte und offene Diskussion mit dem Schwerpunktthema Marketing, in der gute und weniger erfolgreiche Aktionen vorgestellt und kommentiert wurden.

Mit einer Fülle von neuen Ideen und Anregungen konnten die Teilnehmer am Abend die Heimreise antreten. Das nächste VDH-Netzwerktreffen wird am 8. und 9. März 2010 in Berlin stattfinden.

Mit 54 Teilnehmern aus 40 Indoor- Spielflächen und Firmen war das Treffen so gut besucht, wie noch nie. Seit gut zwei Jahren werden mit jeder Veranstaltung mehr Teilnehmer gezählt, was auch mit dem starken Mitgliederzuwachs in der letzten Zeit zusammenhängt. Allein in diesem Jahr sind über 20 der jetzt 80 ordentlichen Mitglieder neu hinzugekommen. Dazu kommen noch eine Reihe von Firmen und Ausstattern. Dazu beigetragen hat sicher auch die Beitragsfreiheit für ordentliche Mitglieder, da nur eine einmalige Aufnahmegebühr von 100,- € erhoben wird. ■



Weitere Informationen unter:

VDH Geschäftsstelle:

Kieler Straße 571 /// 22525 Hamburg

Tel 040- 54 70 96 98 /// Fax 040- 54 70 96 99

info@myvdh.de /// www.myvdh.de



GET IN CONTACT



AAST Spielgeräte VertriebsgmbH
 Ansprechpartner: Fr. Sonja Rauscher,
 Hr. Andrew Stelzhammer
 Handelsstraße 13 | A-2201 Seyring
 Tel.: 0043 2246 / 2 70 37
 Fax.: 0043 2246 / 2 70 35
 E-Mail: office@aast.com | Internet: www.aast.com

PRODUCTS & SERVICES:

Der Spezialist für Rutschen aus glasfaser-
 verstärktem Kunststoff (GFK). Die AAST GmbH
 hat GFK-Rutschen, Polyethylen-Röhrenrutschen,
 Erlebnisrutschen und eine Fülle von Spielzeug-
 kombinationen, in allen Variationen, in ihrem
 Programm.

Your specialist for slides made of fibreglass-reinforced plastic. The product line of the AAST GmbH comprises slides of fibre-glass-reinforced plastic, polyethylene tubular slides, adventure slides and a whole host of playground combinations of all kinds.



ABC-Team Spielplatzgeräte GmbH
 Eisensteinstraße | Industriegebiet Rohr
 D-56235 Ransbach-Baumbach
 Tel.: +49 (0) 2623 8007 0
 Fax: +49 (0) 2623 4851
 E-Mail: info@abc-team.de
 Internet: www.abc-team.de

PRODUCTS & SERVICES:

- Herstellung von Spielgeräten individuell nach Kundenwunsch • Betreuung in allen Projektphasen: Planung und Konstruktion • Montage und Wartung • Fertigung aller Spielgeräte nach den aktuellen Vorgaben der EN 1176
- Fabrication of play units on customers requests • Assistance during the entire project: design and manufacturing • installation and maintenance • All playground equipment is in accordance with European Playground Standards EN 1176



Algebra Spielplatzbetreuung GmbH
 FriedrichKnauerGasse1-3/8/8 | A-1100Wien
 Tel.: +43(0)17075622 | FaxDWW2
 e-mail:office@algebra.eu.com
 home:www.algebra.eu.com

PRODUCTS & SERVICES:

PLANUNG | MONTAGE | INSTANDHALTUNG | UMBAUTEN | REPARATUREN | SERVICE
 SPIELPLATZAUSSTATTUNGEN | FITNESSGERÄTE | STADTMOBILIAR
 FALLSCHUTZ | SPORTARTIKEL



aukam Spielgeräte GmbH
 Frankfurterstraße 187 | D-34121 Kassel
 Tel.: +49 (0) 561-200 970
 Fax: +49 (0) 561-284 858
 E-Mail: info@aukam.de | www.aukam.de

PRODUCTS & SERVICES:

Seit über 40 Jahren Planung und Herstellung von Kinderspielplatzgeräten.



Künstlerische Holzgestaltung Jürgen Bergmann
 Kulturinsel Einsiedel | D-02829 Zentendorf
 Tel.: +49 (0) 35891 - 49 10
 Fax: +49 (0) 35891 - 49 111
 info@kulturinsel.de | www.kulturinsel.de

PRODUCTS & SERVICES:

Unikate der Künstlerischen Holzgestaltung, von der Skulptur über individuelle Spiel- und Sitzobjekte bis zu kompletten Erlebnisbereichen und Spiellandschaften. Spielerische Verbindung von Kunst, Kultur und Natur.



Berliner Seilfabrik GmbH & Co.
 Lengeder Str. 4 | D-13407 Berlin
 Tel.: +49 (0) 30414724 - 0
 Fax: +49 (0) 30414724 - 33
 www.berliner-seilfabrik.com
 bsf@berliner-seilfabrik.com

PRODUCTS & SERVICES:

Seilspielgeräte, Raumnetze, Kletternetze, Netzlandschaften, Kombinationen, Spielplatzplanung

Rope Play equipment, Spatial Nets, climbing nets, net scapes, combinations, Designing Playgrounds

Bundesverband der Spielplatzgeräte- und Freizeitanlagen – Hersteller e.V.



Federation of German Manufacturers of Playground Equipment and Leisure Facilities
 Ihr Ansprechpartner im BSFH: Lic. Jur. Gerold Gubitz
 An der Pönt 48 | D-40885 Ratingen
 Tel.: +49 (0) 21 02 186 – 121 | Fax: +49 (0) 21 02 186 – 255
 gubitz@bsfh.info | www.bsfh.info

PRODUCTS & SERVICES:

Der BSFH ist die wirtschaftspolitische Vertretung der Hersteller von Spielgeräten und Park- und Freizeitanlagen. Fachgruppen: Spielgerätehersteller, Fallschutzprodukte, Montage und Wartung, Zulieferer.

The BSFH is the trade association for manufacturers of equipment for playgrounds, parks and leisure facilities. Specialist fields: manufacturers of play equipment, impact protection products, assembly and maintenance, suppliers.

Regupol Fallschutzböden nach EN 1177 Regupol Safety Flooring according to EN 1177



BSW GmbH
 Am Hilgenacker 24 | D-57319 Bad Berleburg
 Tel.: +49 (0) 2751/803-141
 Fax: +49 (0) 2751/803-149
 info@berleburger.de | www.berleburger.de

PRODUCTS & SERVICES:

Fallschutzplatten aus Gummifasern & Gummigranulat; Fallschutz- und Elastikplatten mit Nuttschicht aus durchgefärbtem EPDM; elastische Verbundpflaster & Sandkasteneinfassungen, Palisaden, Randsteine etc.; Playfix – der fugenlose Fallschutzboden; Kunststofflaufbahnen & Sportböden

Safety Tiles made of rubber fibres and granules Safety Tiles with EPDM topping; Elastic Tiles Interlocking Paver; Elastic Sand Pit Edgings, Palisades etc.; Playfix – seamless safety flooring Athletic Tracks; Flooring for multipurpose game courts

GET IN CONTACT



conlastic (R) gmbh
Am Meerkamp 19 A
40667 Meerbusch-Büderich
Tel.: +49 (0) 2132/93595-0
Fax: +49 (0) 2132/93595-25
www.conlastic.com

PRODUCTS & SERVICES:

Konstruktion, Entwurf, Herstellung und Vertrieb von Kautschukprodukten aller Art, Stahl- und Edelstahlspielgeräten, sowie Sicherungselemente für die Straßenverkehrsleitung und im Spiel-, Sportplatzbereich, sowie Landschaftsbau.



COROCORD Raumnetz GmbH
Seilzirkus – Seilspielgeräte
Eichborndamm 167 | D-13403 Berlin
Telefon +49 30. 408988-0
Fax +49 30.408988-77
info@corocord.de | www.corocord.de

PRODUCTS & SERVICES:

Alle unsere Produkte entsprechen den strengen Richtlinien der EN 1176 und erfüllen auch alle bekannten technischen Vorschriften. Corocord hat sich selbst dazu verpflichtet, weltweit einzigartige Raumnetze- und Flächennetze anzubieten: Mit hohem ästhetischen Reiz, hohem Spielwert und langer Nutzungsdauer. Das ist keine einfache Aufgabe. Aber solche Herausforderungen sind uns wichtig und wir nehmen sie Tag für Tag von neuem an.



CREA-PLAY Spielplatzgeräte
Hessenstraße 3 | 35325 Mücke-Groß-Eichen
Tel. (0 64 00) 95 98 40
Fax (0 64 00) 95 98 41
crea-play@t-online.de
www.crea-play.de

PRODUCTS & SERVICES:

Klare Formen und natürliche Farben sprechen eine Sprache, die jedes Kind versteht. Spieltürme, Matschtische, Sandspielanlagen fördern den Tatendrang der Kinder und bereiten auch so manchem Erwachsenen Freude!



Deula Westfalen-Lippe GmbH
Bildungszentrum
Dr.-Rau-Allee 71 | 48231 Warendorf
Tel.: +49(0)25816358-0
Fax.: +49(0)2581635829
www.deula-waf.de | info@deula-waf.de

PRODUCTS & SERVICES:

- Spielplatzmanagement • Sachkundigenausbildung für Spielplätze
- Seminarangebote zur Wartung und Kontrolle von Spielplätzen
- Kleine Seminargruppen • Hoher Praxisanteil
- Inhouseschulung nach Absprache

Spezialfedernfabrik



Heinrich Eibach GmbH
Am Lennedamm 1 | D-57413 Finnentrop
Tel.: +49 (0) 2721 – 511-182
Fax: +49 (0) 2721 – 511-49182
eibach@eibach.de | www.eibach.de

PRODUCTS & SERVICES:

Eibach hat mit PlayCom ein Komponentensystem entwickelt, das vom Bodenanker bis zum Montageträger die Zusammenstellung einer Standard Plattform für Federspielgeräte ermöglicht.

Eibach has developed a system of components-PlayCom - for the supporting structure, i.e. the platform, which makes it possible to assemble a standard platform for spring-swing equipment from the ground anchor to the installation beam.



eibe – Produktion und Vertrieb GmbH & Co. KG
Industriestr. 1 | D-97285 Röttingen
Tel.: +49 (0) 93 38 89 – 0
Fax: +49 (0) 93 38 89 – 199
eibe@eibe.de | www.eibe.de

PRODUCTS & SERVICES:

Ihr erfahrener Spezialist für Kindergarten, Schule, Spielplatzbau, Kindersport. Ihr innovativer Hersteller von Freizeitanlagen, Skateanlagen und Behinderteneinrichtungen: innen und außen.

Your experienced specialist for kindergarten, school, playground, children's sport. Your innovative manufacturer of leisure park equipment and facilities for the disabled.



espas GmbH
Graf-Haeseler-Straße 9 | 34134 Kassel
Tel.: +49 (0)561 - 574 63 90
Fax: +49 (0)561 - 574 63 99
E-Mail: info@espas.de | www.espas.de

PRODUCTS & SERVICES:

- | made in Germany
- | Spielgeräte | Stadtmobiliar
- | Holz-, Stahl- und Aluminiumkonstruktionen



GRANUFLEX
Manufacturing & Trading Ltd.
Hungary 1037. Budapest | Bécsi út 269.
Tel.: +36 1 453 0400 | Fax: +36 1 453 0006
info@granuflex.hu | www.granuflex.hu

PRODUCTS & SERVICES:

Fallschutzplatten hergestellt nach EN 1177 und EN 71-3 | Elastikplatten und Ergänzungselemente für Spielplätze, Pferdeställe, Gärten und Sportplätze.

Safety covering system in accordance with EN 1177 and EN 71-3 | rubber tiles and its accessories for playgrounds, stables, gardens and sport fields.

GET IN CONTACT



Groh GmbH

Bruchstraße 48 | D-67098 Bad Dürkheim
Tel. +49 (0) 6322 / 9600
Fax +49 (0) 6322 / 960-133
info@grohmbh.de
www.grohmbh.de

PRODUCTS & SERVICES:

Spielplatzgeräte und -anlagen aus Holz und Stahl
Freizeitspiel- und Sportprogramm. Für alle Altersklassen und jeden Etat.
Umfassende Beratung, hochwertige Qualität und excellenter Service
sind für uns selbstverständlich. Fragen Sie bei uns an.



HAGS-mb-Spielidee GmbH

Postfach 13 27 | D-35203 Biedenkopf
Tel.: 0 64 66 / 91 32-0 | Fax: 0 64 66 / 61 13-0
info@hags-mb-spielidee.de | www.hags.com



PRODUCTS & SERVICES:

. . . die Idee – HAGS mb
Planung, Lieferung und Montage.
Alles aus einer Hand.

*The idea . . .
Planning, delivery, and assembly.
All from the source.*



Spielplatzbau Gisbert Heise e.Kfm

Pappelhain 26 | 15378 Hennickendorf
Tel.: 03 34 34/ 15 40 5
Tel.: 03 34 34/ 15 40 6
Fax: 03 34 34/ 15 40 7
www.spielplatzbau-heise.de
E-Mail: r.lehnert@spielplatzbau-heise.de

PRODUCTS & SERVICES:

- Beratung in allen Fragen der Spielplatzanlagen
- Ausstattung, Lieferung und Montagen von Spielgeräten, Spiel- und Freizeitanlagen sowie Parkausstattung
- Demontage und Entsorgung von Spielgeräten • Spielplatzwartung und Kontrolle
- Reparatur von Spielgeräten und Ersatzteilbeschaffung • Reparatur und Verlegung von fugenlosen Belag



HUCK Seiltechnik GmbH

Dillerberg 3 | D-35614 Asslar-Berghausen
Tel.: +49 (0) 6443 / 83 11-0 | Fax: -79
seiltechnik@huck.net | www.huck.net

PRODUCTS & SERVICES:

Seilspielgeräte von HUCK Seiltechnik sorgen für Spielspaß auf Kinderspielplätzen.
Für den öffentlichen Raum interessant auch unsere Hängebrücken mit Netz-
geländer. Bis zu 50 m und mehr sind damit überbrückbar. Da wird der Spazier-
gang zum Abenteuer. **HUCK – Der kompetente Partner für Ihre Ideen.**



Husson International Gruppe

Route de l'Europe BP1 | F-68650 Lapoutroie
husson@husson.eu
www.husson.eu | www.husson.de
Tel +33 (0) 3 89 47 56 56
Fax + 33 (0) 3 89 47 26 03

PRODUCTS & SERVICES:

- Spielgeräte für Kinderspielplätze
- Stadtmobiliar
- Freizeitanlagen für Jugendliche
- Tribünen.
- Playground equipment
- Street furniture
- Leisure equipment for teenagers
- Tribunes



Hermann Fett

Marburger Straße 13
35216 Biedenkopf-Eckelshausen
Tel.: 06461/6633 | Fax: 06461/4372
E-Mail: Firma-Fett@t-online.de
www.HermannFett.de

PRODUCTS & SERVICES:

- Wir montieren für verschiedene in- und ausländische Spielplatzgeräte-Hersteller und Firmen bundes- und europaweit Spielplatzgeräte incl. aller Nebenarbeiten wie Erd- und Betonarbeiten, Fallschutzplatten und Böden verschiedenster zulässiger Materialien.
- Prüfungen und Kontrollen Ihrer Spielplatzgeräte nach EN 1176 und EN 1177



Kaiser & Kühne Freizeitgeräte GmbH

Im Südloh 5 | D-27324 Eyrstrup
Tel.: +49 (0) 42 54/93 15 – 0
Fax: +49 (0) 42 54/93 15 – 24
info@kaiser-kuehne-play.com | www.kaiser-kuehne-play.com

Durch Qualität – mehr Freude am Spiel *Quality means – more pleasure when playing*

PRODUCTS & SERVICES:

Bei der Planung und Gestaltung von Freizeitgeräten für alle Altersgruppen gehen wir von Erfahrungen aus, die wir seit vielen Jahren mit Entwürfen und Bau zahlreicher Großspielanlagen in Freizeitparks im In- und Ausland sammeln konnten.

When planning and designing play equipment for all age groups, we draw on many years of experience in the creation of large play structures for numerous theme parks in Germany and many countries throughout the world.



Kinderland Emsland Spielgeräte

Bahnhofstr. 50 49744 Geeste
Tel.: (0 59 07) 9 47 99 70
Fax: (0 59 07) 9 47 99 75
E-Mail: kinderland@emsland-spielgeraete.de
Internet: www.emsland-spielgeraete.de

PRODUCTS & SERVICES:

- | Spielplatzeinrichtungen | Individuelle Spielobjekte
- | Barrierefreie Spielgeräte | Freizeitanlagen
- | Parkeinrichtungen

GET IN CONTACT



Klettermax GmbH
 Oldenburger Straße 4 | 19374 Domsühl
 Tel.: 038728/20012
 Fax 038728/20017
 www.spielplatzgeraete.de
 info@Klettermax-GmbH.de

PRODUCTS & SERVICES:

| Spielplatzgeräte | Freizeitanlagen
 | Fertigung aus Lärchenholz, Stählen und weiteren Materialien – wir verwirklichen Ideen.

Spielplatzgeräte und Multisportanlagen; Planung, Montage und Service.



KOMPAN GmbH
 Raiffeisenstraße 11 | D-24941 Flensburg
 Tel.: +49 (0) 4 61 7 73 06 – 0
 Fax: +49 (0) 4 61 7 73 06 – 35
 kompan.gmbh@kompan.com | www.kompan.com

PRODUCTS & SERVICES:

Ihr kompetenter Partner und Spezialist, wenn es um Spielplatzgeräte und Spielplatzplanung geht. Einzigartiges Design, erstklassige Qualität, exzellenter Service und umfassende Beratung zeichnen uns aus.



**Photographie & Text
 Hans König**
 Amstr. 25, 53773 Hennef
 Tel. +49 (0) 2242 – 8749287
 www.photo-text.de
 www.freizeitguide-aktiv.de

PRODUCTS & SERVICES:

Photographie, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Medienberatung, Cross-Media-Produktionen, Layout & Graphik, Werbung, Katalogherstellung, Firmenportraits, Planung von Messeauftritten & Events



**Gummiwerk KRAIBURG
 RELASTEC GmbH**
 Fuchsberger Straße 4 | 29410 Salzwedel
 Tel.: 08683-701-145 | Fax: 08683-701 4145
 euroflex@kraiburg-relastec.de
 www.kraiburg-relastec.de/euroflex

PRODUCTS & SERVICES:

Sicherheit für unsere Kinder / Stoßdämpfende Bodensysteme für Spielplätze und Multisportanlagen und Spielplatzzubehör: EUROFLEX Fallschutzplatten und KRAIFLEX fugenlose Fallschutzbeläge nach DIN EN 1177, Ballspielplatten, Elastikpflaster, Sandkasteneinfassung, Rasenkante und Einfassungen für Spielplätze und Multisportanlagen



**LAPPSET Spiel-, Park-,
 Freizeitsysteme GmbH**
 Kränkelsweg 32 | D-41748 Viersen
 Tel.: +49 (0) 2162 501 980
 Fax: +49 (0) 2162 501 9815
 deutschland@lappset.com | www.lappset.de

PRODUCTS & SERVICES:

Kreative, kundenspezifische Beratung rund um die Spielplatzkompletteinrichtung. Unser Angebot umfasst Spielplatzgeräte für alle Generationen, incl. interaktive (technologisch unterstützte) Spielplätze sowie Park- und Außenmöblierung und Fallschutz. Themenorientierte Sonderprodukte runden unser Produkt-Portfolio ab. Qualitativ hochwertige Produkte, kompetente Beratung und Betreuung vom Angebot bis zur Lieferung sind für uns selbstverständlich.



Fritz Müller GmbH
 Freizeiteinrichtungen
 Am Schomm 5 | 41199 Mönchengladbach
 Tel. (02166) 15071 | Fax. (02166) 16635
 Mail: info@fritzmueller.de
 URL: www.fritzmueller.de

PRODUCTS & SERVICES:

Spielplatzgeräte | Sportgeräte |
 Freizeiteinrichtungen | Skateanlagen



NürnbergMesse GmbH
 Stefan Dittrich, Projektteam GaLaBau
 Messezentrum | D-90471 Nürnberg
 stefan.dittrich@nuernbergmesse.de
 Tel. +49 (0) 9 11.86 06-81 69
 Fax +49 (0) 9 11.86 06-86 72
 www.galabau.info-web.de
 www.nuernbergmesse.de

PRODUCTS & SERVICES:

Die GaLaBau 2010 mit Fachteil PLAYGROUND ist das Messeforum in Europa für Hersteller von Spielplatzgeräten und Freizeitanlagen. Der Fachteil richtet sich insbesondere an Architekten, Fachplaner, Kommunen, Wohnungsbaugesellschaften, Hotels, Freizeitparks, Campingplätze und Kindergärten. Die Zusammenarbeit mit dem BSFH und der Fachzeitschrift Playground@Landscape bündelt das Know-how auf diesem Gebiet.



OBRA-Design
 Ing. Philipp GmbH & CoKG
 Satteltal 2, A-4872 Neukirchen/Vöckla
 Tel.: +43 (0) 7682/2162-0
 Fax: +43 (0) 7682/2165
 obra@obra.at

PRODUCTS & SERVICES:

Über 40 Jahre Erfahrung im Spielgerätebau.
 Spielplatzeinrichtung von A – wie Abenteuerspielgeräte bis Z – wie Zubehör. Weitere Infos auf www.obra.at!

GET IN CONTACT

Fallschutz, Spielplatzbelag, Bolzplatzbelag, Wegebelag, Reithallenbelag
Parachute, Playground surfacing, Playing field surfacing, Road surfacing, Indoor riding arena surfacing



öcocolor
Spielplatzbelag
Fallschutz

Öcocolor GmbH & Co. KG
Hemkenroder Straße 14 | D-38162 Destedt
Tel.: +49 (0) 53 06/94 14 44
Fax: +49 (0) 53 06/94 14 45
info@ococolor.de | www.ococolor.de

PRODUCTS & SERVICES:

Ococolor Spielplatzbelag/Fallschutz nach EN 1177/Bodenbelag aus geschredderten, auf 5-50 mm gesiebten, sauberen, unbehandelten Resthölzern, einfach einzubauen, wirtschaftlich, entweder naturbelassen oder in den Farben Grün, Blau, Redwood-Rot, Zypresse-Gold.	<i>Ococolor playground surfacing / impact protection in accordance with EN 1177 / floor covering made of shredded, screened to 5-50 mm, clean, untreated residual wood, easy to incorporate, cost-effective, either natural finish or in the colours green, blue, redwood-red, cypress-golden.</i>
---	--

Holz für Garten, Park und Landschaft, Spielgeräte und Spielanlagen



PIEPER HOLZ GmbH
Im Westfeld 2 | 59939 Olsberg-Assinghausen
Tel: +49 (0) 29 62 / 97 11 - 0
Fax: +49 (0) 29 62 / 97 11 - 31
post@pieperholz.de | www.pieperholz.de

PRODUCTS & SERVICES:

Planung, Herstellung, Montage und Wartung/Instandhaltung von:	<ul style="list-style-type: none"> • Wasserspielanlagen • Spielanlagen • dynamischen Spielgeräten • Turnspielgeräten • statischen Spielgeräten
---	---



neospiel playparc 4Fcircle
playparc GmbH
Teutonia 9 | D-34439 Willebadessen | Tel.: +49 (0)5642-709-01
Fax: +49 (0)5642-709-10 | www.playparc.de | info@playparc.de

PRODUCTS & SERVICES:

- Kinderspielplatzgeräte
- Fitnessgeräte für den öffentlichen Raum, Ersatzteile für KSP
- Bewegungs- und Sportkonzepte für Kigas, Schulen und öffentlichen Raum



playfit GmbH
Brauerecknechtgraben 53 a
20459 Hamburg
Tel: +49 40 375 035 19
Fax: +49 40 307 092 63
info@playfit.de | www.playfit.de

PRODUCTS & SERVICES:

Fitnessgeräte aus Edelstahl: ästhetisches Design, erstklassige Qualität für den Aussenbereich, TÜV geprüfte Sicherheit. Kundennaher Service und auf Wunsch vor Ort Beratung.	<i>Equipment made of stainless-steel; attractive appearance, first-class quality for installation outdoors; TÜV safety certification and approval. We provide customer-orientated service and on-site advice.</i>
--	---



PROCON
Play and Leisure

Procon Play & Leisure GmbH
Spiel- und Sportplatzeinrichtungen
Van-der-Reis-Weg 11 | 59590 Geseke
Tel.: +49 (0) 29 42 97 51 - 0
Fax: +49 (0) 29 42 97 51 - 20
E-Mail: info@procon-gmbh.com

PRODUCTS & SERVICES:

Sureplay – farbenfroher, fugenloser Fallschutzbelag nach EN 1177 und ASTM Standard. Spielgeräteaufbau nach EN 1176 und CPSC/ADA	<i>Sureplay – wet-pour impact absorbing surface in accordance with EN 1177 and ASTM standards. Installation of equipment in accordance with EN 1176 and CPSC/ADA</i>
---	--



proKinder Spielobjekte GmbH & Co. KG.
Industriestraße 6 | Postfach 1149
49744 Geeste-Dalum
Tel: 05937/ 980 90-0 | Fax: 05937/ 980 90-20
Internet: prokinder-spielobjekte.de
E-Mail: info@prokinder-spielobjekte.de

PRODUCTS & SERVICES:

Entwurf und Herstellung von Spielgeräten
aus Eiche, Robinie, Stahl und Edelstahl

Ravensburger Freizeit- und Promotion-Service GmbH
www.rfp-ravensburger.de
Telefon +49 (0) 7542 400 350
info-rfp@ravensburger.de



PRODUCTS & SERVICES:

Erlebniswelten für Kinder und Familien – Standard-Spielmodule und individuelle Konzepte



Sandmaster | Gesellschaft für Spielsandpflege und Umwelthygiene mbH
Heinrich-Otto-Str. 22 | D-73240 Wendlingen
Tel. +49 (0) 7024/8 05 90-0
Fax +49 (0) 7024/8 05 90-20
info@sandmaster.de | www.sandmaster.de
www.meister-pfote.de

PRODUCTS & SERVICES:

Ihr kompetenter Partner im Bereich: Spielsand- und Perlkiesreinigung (Spielplätze, Kindergärten, Beachvolleyballfelder, Sprunggruben) Tennispflege Kunstrasenreinigung Reinigung von Kunststoffböden	<i>Your competent partner in following services: Sand and gravel cleaning (playgrounds, nursery schools, beach volleyball courts, long-jump sandpits) cinder playing surface maintenance, artificial turf cleaning, polyurethane surface cleaning</i>
--	---

GET IN CONTACT



SAYSU® GmbH
 Rodheimer Weg 20 | 61184 Karben
 Tel.: +49 6039 209 37 33
 Fax.: +49 6039 209 37 35
 info@saysu.de | www.saysu.de

PRODUCTS & SERVICES:

- | Outdoor Fitnessgeräte
- | Bewegungsgeräte für den Öffentlichen Raum
- | Ausstattung für Mehrgenerationenplätze

Layout | Rollendruck | Bogendruck | Buchbinderei | Versandlogistik ...



Druckerei imprimerie saint-paul luxembourg
 4-6, rue François Hogenberg | L-2988 Luxembourg
 Tel.: +352 4993 95 00 | Fax: +352 4993 95 90
 E-mail: devis@saint-paul.lu | www.isp.lu

PRODUCTS & SERVICES:

Wir bringen Ihre Ideen zu Papier
 Bücher, Zeitschriften, Kataloge, Plakate, Einladungen, Visitenkarten ...
 Verlangen Sie Ihr unverbindliches Angebot

Spielgeräte aus Seilen *Playground-Equipment made of rope*



Seilfabrik Ullmann
 Handelsniederlassung Bremen GmbH
 Am Rönnebecker Hain 1 | D-28777 Bremen
 Tel.: +49 (0) 421 69038-8 | Fax: +49 (0) 421 69038-75
 info@seilfabrik-ullmann.de | www.seilfabrik-ullmann.de

PRODUCTS & SERVICES:

Drehbare Klettertürme, Kletternetze, Kletterpyramiden, Nestschaukeln, Seil- und Netzbrücken, Dschungelbrücken, Sonderanfertigungen nach Kundenwunsch aus unzerschneidbarem USACORD Long-Life und Herkules-Tauwerk.

Revolving climbing towers, climbing nets, climbing pyramids, nest-swings, rope- and netbridges, jungle-bridges, customized products made of USACORD Long-Life and Herkules-rope.



SIK-Holzgestaltungs GmbH
 Dorfstraße 54a | 14913 Langenlippsdorf
 fon: +49 (0) 33 742 799 - 0
 fax: +49 (0) 33 742 799 - 20
 mail: info@sik-holz.de
 web: www.sik-holz.de

PRODUCTS & SERVICES:

Gestaltung urbaner Lebensräume mit individuellen Spielgeräten, Skulpturen und Parkeinrichtungen aus Robinienholz.
Wir beraten, planen, produzieren, liefern und montieren.



spielart GmbH
 Abenteuerliche Spielgeräte
 Mühlgasse 1 | D- 99880 Laucha
 Tel. 0049 (0)3622 401120-0
 Fax 0049 (0)3622 401120-90
 info@spielart-laucha.de | www.spielart-laucha.de

PRODUCTS & SERVICES:

VOM ENTWURF BIS ZUR HERSTELLUNG ...

...mit uns können Sie Märchenwälder, Baumhäuser, Pirateninseln, Westernstädte, Polarstationen, Ritterburgen und vieles mehr planen und bauen.
Wir beraten Sie gern und freuen uns auf jede neue Herausforderung!



SPIEL-BAU GmbH
 Alte Weinberge 21 | D-14776 Brandenburg an der Havel
 Tel.: +49 (0) 3381 / 26 14 - 0
 Tel.: +49 (0) 3381 / 26 14 - 18
 Email: spiel-bau@spiel-bau.de
 Internet: www.spiel-bau.de

PRODUCTS & SERVICES:

- Kinderspielplätze und Spielplatzgeräte seit fast 20 Jahren.
- Vielfalt in Design und Materialität.
- Kompetenz in Beratung und Planung.
- Höchste Qualität unserer Produkte und Service in allen Projektphasen – das ist SPIEL-BAU.



SMB Seilsportgeräte GmbH
 Berlin in Hoppegarten
 Handwerkerstraße 7 | 15366 Dahlwitz-Hoppegarten
 Tel.: +49 (0) 33 42 / 30 20 15
 Fax.: +49 (0) 33 42 / 30 20 16
 info@smb-seilsportgeraete.de
 www.smb-seilsportgeraete.de

PRODUCTS & SERVICES:

Herstellung von Seilsport- und Spielplatzgeräten: • Raumnetze • Flächennetze • Netztunnel • Trampoline • Karussells • Seilbrücken • Schaukelkörbe • Sport- und Freizeitgeräte • Bolzplatzore „citytor – das Original“ • Seil-Zusatzelemente für Spielgeräte • Ballfang-Seilnetz-zäune • SIPA-Seilsitze



Spielplatzmobil® GmbH
 Badweg 2 | 55218 Ingelheim
 Tel.: 06132-432050
 Fax: 06132-432057
 E-Mail: info@spielplatzmobil.de
 www.spielplatzmobil.de

PRODUCTS & SERVICES:

- Normgerechte Prüfung von Spielplätzen
- Bauabnahme
- Seminare
- Digitale Spielplatzverwaltung

GET IN CONTACT . . .



Von den klassischen Dreh-Wipp-Geräten und Trampolinen über Pyramiden bis hin zu Springmaus, Hamsterrad & Co.

Spielplatzgeräte der besonderen Art



SPOGG Sport-Güter GmbH
Schulstraße 27 · D-35614 Asslar-Berghausen
Tel. 06443/811262 · Fax 06443/811269
spogg@hally-gally-spielplatzgeraete.de
www.hally-gally-spielplatzgeraete.de



Schulsport · Vereinssport · Fitness · Therapie

Sport-Thieme GmbH
Helmstedter Straße 40 | D-38368 Grasleben
Telefon: +49 (0) 53 57 - 181 86
Telefax: +49 (0) 53 57 - 181 90
E-Mail: info@sport-thieme.de
Internet: www.sport-thieme.de

PRODUCTS & SERVICES:

- | Spielplatzgeräte nach DIN EN 1176/77
- | Lieferung und Montage Bundesweit
- | Beratung vor Ort
- | 10 Jahre Garantie



TÜVRheinland®
Genau. Richtig.

TÜV Rheinland Akademie GmbH
Am Grauen Stein | 51105 Köln
www.tuev-akademie.de
Ihr Ansprechpartner: Uwe Wendler
Tel. 0221 806-3113
uwe.wendler@de.tuv.com

PRODUCTS & SERVICES:

Die TÜV Rheinland Akademie gehört zu den renommierten Instituten für die berufliche Aus- und Weiterbildung in Deutschland. Interessenten bieten wir ein breit gefächertes Programm für ihren persönlichen und beruflichen Erfolg mit aktuellem Wissen zu mehr als 1.200 Themen. Mehr als 30.000 Fach- und Führungskräfte besuchen jährlich unsere bundesweit stattfindenden Seminare, Lehrgänge, Trainings, Workshops, Konferenzen und eLearning-Kurse.



Tri-Poli oHG
Donkweg 51 | 47877 Willich
Tel.: ++49/(0)2156/480840
Fax: ++49/(0)2156/480844
eMail: info@Tri-Poli.de
web: www.Tri-Poli.de

PRODUCTS & SERVICES:

Seilspielgeräte | Trampoline | Kriechröhren mit Erdüberdeckung
Schilder für Spiel- Sport- und Grünflächen | Ersatzteile für Spielplatzgeräte
Montage Reparatur, Wartung und Kontrolle von Spielplatzgeräten

Erst wenn es schaukelt, schwingt und rast, macht das Spiel so richtig Spaß!



TLF Spielplatzgeräte GmbH
Lange Straße 12 | 27318 Hoya
Tel. 04251/670 77-0
Fax 04251/670 77-22
info@tlf-spielplatzgeraete.com | www.tlf-spielplatzgeraete.com

PRODUCTS & SERVICES:

Langjährige Erfahrung in der Planung & Gestaltung von Spielplätzen. Fitnessgeräte für Parkanlagen. Bänke, Tische, Zäune.	Longterm experience in planning & designing playgrounds. Fitness equipment for parks. Benches, tables, fences.
--	--



ZIMMER.OBST GmbH
Individuelle Spielraumgestaltung
Am Winkel 9 | D-15528 Spreenhagen
spielraum@zimmerobst.de
www.zimmerobst.de | www.spielraumgestaltung.de
Tel. +49(0) 33633 69 89-0
Fax. +49(0) 33633 69 89-29

PRODUCTS & SERVICES:

- | Spezialist für individuelle Planung von Spielanlagen
- | kompetente Beratung | Herstellung in eigener Werkstatt
- | Montage durch eigenes Fachpersonal
- | Geprüfte Sicherheit nach EN 1176/77

★ Kreative Lösungen mit Printdesign ★ Reflektion & Prävention mit Kunst

jenniferweng
Kunsttherapeutin · Grafikerin



Tel.: + 49 (0) 261 43604 | info@jenniferweng.de | www.jenniferweng.de

PRODUCTS & SERVICES:

Als Grafikerin: Gestaltung von Anzeigen, Geschäftsausstattungen, Logos, Plakaten, Prospekten, Ikonen, Illustrationen u.v.m.	Als Kunsttherapeutin: Präventives & erlebnisorientiertes künstlerisches Arbeiten in sozialen Einrichtungen, Schulen, Unternehmen u.v.m. • Lebensfragen • Förderung • Perspektivwechsel
---	---

? Wo sucht der **kommunale Entscheider** nach Herstellern von Spielplatzgeräten und Stadtmöbeln? Wo findet der **Freizeitparkbetreiber** den Experten in Sachen **Wartung und Montage** für die Sicherheit seiner Spielplätze?

Suchen und Finden im Branchenverzeichnis der PLAYGROUND@LANDSCAPE.

Der BUSINESS MIRROR macht das Leben leichter – hier wird Ihr Unternehmen sicher gefunden!



Infos unter Tel.: +49 (0) 228 - 68 84 06 - 10

!



Das Kloster Lluc (Monestir de Lluc) liegt in dem Gebirge Tramuntana und ist ein sehr beliebtes Ziel für Tagesausflügler und Wanderer auf Mallorca. Schon früh hatten die Klosterbrüder erkannt, dass Tourismus und Kinderspielplatz sich nicht ausschließen. Der Spielplatz dürfte aber der aktuellen DIN Norm angepasst werden.

The monastic Sanctuary of Lluc (Monestir de Lluc) lies in the beautiful Tramuntana mountains and is a favourite tourist spot for day visitors and hikers on Mallorca. The monks at the sanctuary realised at an early date that tourism would not exclude a children's playground. The playground, however, could be adapted to satisfy the current DIN standards.

IMPRESSUM

Herausgeber / Publisher:

PLAYGROUND + LANDSCAPE

Verlag GmbH
Celsiusstraße 43
D-53125 Bonn

Verlagsadresse:

Celsiusstraße 43 | D-53125 Bonn

Geschäftsführer / Managing Director:

Thomas R. Müller (V.i.S.d.P.)
Telefon: +49 (0) 228 / 688406-11
Telefax: +49 (0) 228 / 688406-29

Chefredakteur / Chief editor:

Thomas R. Müller
E-Mail: t.mueller@playground-landscape.com

Marketingleitung / Marketing-Manager:

Thomas R. Müller
und Elena Kleining
Telefon: +49 (0) 228 / 688406-10
E-Mail: e.kleining@playground-landscape.com

Layout & Satz / Layout & production:

Jennifer Weng
Grafikerin & Kunsttherapeutin
D-56077 Koblenz
Tel.: +49 (0) 261 43604
E-Mail: info@jenniferweng.de
www.jenniferweng.de

Übersetzungen / Translations:

K. Zarrabi
Tilt Systems GmbH
S.Gianfelice

Titelfoto:

BSW GmbH

z.Zt. gilt Anzeigenpreisliste vom
01.März 2008/

*The advertisement price list of
01.Mar. 2008 is currently valid*

Internet: www.playground-landscape.com

Copyright / Copyright:

PLAYGROUND@LANDSCAPE

Verlag GmbH 2008.

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Terminveröffentlichungen kostenlos, aber ohne Gewähr. Keine Haftung bei unverlangt eingesandten Manuskripten. Namentlich gekennzeichnete Berichte und Artikel geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.

PLAYGROUND@LANDSCAPE

Verlag GmbH 2008.

Reprinting, even in part, only with written permission of the publisher. Publication of event dates is free, but no guarantee is made for accuracy. No liability for unsolicited manuscripts. Reports and articles named do not necessarily reflect the views of the editorial staff.

Gerichtsstand / Court of jurisdiction: Bonn

Druckauflage / Circulation:

7.000 Exemplare international

Druck / Printing:

Imprimerie SAINT-PAUL
2, Rue Christophe Plantin
L-2988 Luxembourg

Einzelbezugspreis / Single price:

Euro 8,- (inkl. Porto / incl. postage
within Europe)

Jahresabonnement / Annual subscription:

(6 Ausgaben / 6 issues) Euro 45,-
(inkl. Porto / incl. postage)

Erscheinungsweise / Publishing frequency:

Zweimonatlich / every two months

Anzeigen- und Redaktionsschluss für die nächste Ausgabe / Advertising and editorial deadline for the next issue:

16.11.2009

DEULA-Termine / Spielplatzsicherheit:

Spielplatzkontrolle I – Grundseminar

2 Tage: 25.01. – 26.01.10 / 15.03.
– 16.03.10 / 26.04. – 27.04.10

Spielplatzkontrolle II – Aufbauseminar

3 Tage: 21.10. – 23.10.09 / 27.01.
– 29.01.10 / 17.03. – 19.03.10 /
28.04. – 30.04.10

Spielplatzkontrolle IV – Kompaktseminar

5 Tage: 22.02. – 26.02.10 /
17.05. – 21.05.10

Spielplatzkontrolle V – Erfahrungsaustausch

1 Tag: 02.03.10

Spielplatzkontrolle VI

1 Tag: 04.03.10

Spielplatzkontrolle VII – Die neue DIN EN 1176/1177

1 Tag: 03.03.10

Spielplatzkontrolle VIII – Spielplatzmanagement

1 Tag: 23.03.10

Spielplatzkontrolle IX – Normge- rechte Planung von Spielplätzen

1 Tag: 26.10.09

Veranstalter:

DEULA Westfalen-Lippe GmbH,
Dr.-Rau-Allee 71
48231 Warendorf
Tel: 02581 6358-0
Fax: 02581 6358-29
info@deula-waf.de
www.deula-waf.de

MESSEN / FAIRS 2009

28. Oktober – 30. Oktober 2009 FSB 2009

Internationale Fachmesse für
Freiraum-, Sport- und Bäderanlagen
Kontakt: Koelnmesse GmbH, Messeplatz 1,
50679 Köln, Tel.: +49 (0) 221 8210
www.fsb-cologne.de

17. – 19. November 2009

Salon des maires et des collectivités locales – smcl, Paris

Organisation: Groupe Moniteur SMCL,
17 rue d'Uzès - 75002 Paris, Frankreich
Tél. : +33 1 40 13 36 70
Fax. : +33 1 40 13 35 50
www.salons.groupemoniteur.fr

16. – 20. Februar 2010

freispielberlin, Berlin

Organisation: Messe Berlin GmbH, Jana Hille,
Projektmanagerin, Messedamm 22
14055 Berlin, Deutschland, Tel. +49/30/3038-2136
www.messe-berlin.de, www.bautech.com

15. – 18. September 2010

GaLaBau 2010, Nürnberg

Veranstalter: NürnbergMesse GmbH,
Messezentrum, D-90471 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911 86060, www.galabau-info-web.de

WEITERE TERMINE:

29. Oktober 2009

PT-Tagung 2009.

Die Zukunft der Stadtplanung. Aufgaben, Profession, Lehre.

Veranstalter: RWTH Aachen –
Fakultät für Architektur., Postfach,
52056 Aachen
Tel.: +49 (0) 241 8098300,
www.pt.rwth-aachen.de/tagung06

2. – 3. November 2009

Fachtagung „Wissen und Kreativität – Schlagworte oder neue Ansätze für urbane Wachstumskonzepte?“

Veranstalter: Deutsches Institut für Urbanistik
(Difu), Straße des 17. Juni 112
D-10623 Berlin
Tel.: +49 (0) 30 390010
www.difu.de

11. – 13. November 2009

Aktuelle Anforderungen an die Stadtentwicklung. Entwicklungen – Konzepte – Instrumente.

Veranstalter: Institut für Städtebau Berlin,
Stresemannstraße 90
D-10963 Berlin
Tel.: +49 (0) 30 2308220
www.staedtebau-berlin.de

Spielplatzmobil GmbH: Sicherheit auf Spielplätzen

Seminar: "Sicherheit auf Spielplätzen – Fachkraft für Kinderspielplätze und Spielplatzgeräte"
26.10. - 29.10.2009 Kassel

**Seminar: "Sicherheit auf Spielplätzen - Visuelle Routine-Inspektion und
normgerechte Dokumentation"** 08.10.2009 Schweinfurt

Info und Anmeldung: Spielplatzmobil GmbH | Badweg 2 | D-55218 Ingelheim | Tel.:06132-432050
E-mail: info@spielplatzmobil.de | Internet: www.spielplatzmobil.de

Vorschau 6/2009 Preview 6/2009

COVERSTORY:

Alle gemeinsam: Barrierefreies Spiel

All together: inclusive play

SHOW-ROOM:

Barrierefreie Spielgeräte

Showroom: Inclusive play equipment

WEITERES SCHWERPUNKTTHEMA/ ANOTHER MAIN TOPIC:

Rückblick BUGA Schwerin 2009 + LAGA

Am 23. April 2009 begann in Schwerin eine BUGA, wie sie in der über 50jährigen Geschichte der Deutschen Gartenschauen so noch nicht zu erleben war. Bis zum 11. Oktober 2009 können die Besucher rund um das Schweriner Schloss einen Spaziergang durch die Geschichte der Gartenkunst unternehmen.

Review 2009 Federal Horticultural Show (BUGA) in Schwerin + LAGA

23rd April 2009 will see the start of a BUGA unlike any other in the 50-year history of German garden festivals. Until 11th October 2009 visitors to the area around Schwerin Castle will be able to take a walk through the history of garden design.



Immer hart am Wind!

Surfen kann man auf Sylt, auf Fuerteventura und am Gardasee.
Oder mit der Duck Jibe auf jedem Spielplatz – eines von vielen Anbaumöglichkeiten
zu unserem Cosmo. Ein turbulenter Spaß, egal woher der Wind weht.

www.berliner-seilfabrik.com



BerlinerSeilfabrik

Spielgeräte fürs Leben

A child in a red raincoat is smiling while playing on a wooden playground structure in the rain. The structure has blue slides and yellow-tipped posts. Another child in a green raincoat is visible in the background, also smiling. The rain is falling heavily, creating a misty atmosphere.

Spaß bei jedem Wetter!

LAPPSET Spiel-, Park-,
Freizeitsysteme GmbH

Kränkelsweg 32,
41748 Viersen
Tel.: 02162 - 501 980
Fax: 02162 - 501 9815

www.lappset.de
deutschland@lappset.com

 **LAPPSET**