

# **Untersuchungsergebnisse zum Bundesforschungsvorhaben „Nachhaltige Stadtparks“**

Der Dortmunder Westfalenpark aus  
sozialwissenschaftlicher Sicht

Befragungsergebnisse 2005



ISBN 3-932074-67-X

IWU-Bestellnummer 03/06

Bericht im Rahmen des vom Bundesforschungsministerium geförderten Forschungsverbands „Nachhaltige Stadtparks mit neuen Erlebnisqualitäten zur Verbesserung der Lebensqualität in der Stadt und des städtischen Wohnumfelds“ (Förderkennzeichen: 19W3001B)

Bearbeitung: Ulrike Hacke, Daniel Rölle und Günter Lohmann

unter Mitarbeit von Lars Imwolde

Bildquelle Titelseite: eigene Aufnahmen

Institut Wohnen und Umwelt GmbH

Annastraße 15

64285 Darmstadt

Tel. 06151/2904-0

Fax 06151/2904-97

[www.iwu.de](http://www.iwu.de)

Darmstadt, Mai 2006

# **Nachhaltiger Stadtpark**

Der Dortmunder Westfalenpark aus  
sozialwissenschaftlicher Sicht

Befragungsergebnisse 2005



# Inhalt

	<b>Seite</b>
<b>1 Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2 Der Nachhaltige Stadtpark</b>	<b>3</b>
<b>3 Das Forschungsprojekt</b>	<b>6</b>
3.1 Forschungsverbund und Projektablauf	6
3.2 Forschungsansatz zur sozialen Dimension und Untersuchungsziel	8
3.3 Theoretische Basis	9
<b>4 Untersuchungsplan und methodisches Vorgehen</b>	<b>12</b>
4.1 Befragungsdesign und Erhebungsinstrumente	12
4.1.1 Telefonische Befragung der Dortmunder Wohnbevölkerung (Offsite-Gruppe)	13
4.1.2 Face to Face-Befragung der Besucherinnen und Besucher des Westfalenparks (Onsite-Gruppe)	13
4.2 Der Untersuchungsgegenstand: Der Westfalenpark in Dortmund	14
<b>5 Ergebnisse</b>	<b>15</b>
5.1 Stichprobenbeschreibung	15
5.1.1 Repräsentativität und Zusammensetzung der Stichprobe der Dortmunder Wohnbevölkerung (Offsite-Gruppe)	15
5.1.2 Zusammensetzung der Stichprobe der Westfalenparkbesucherinnen und -besucher (Onsite-Gruppe)	20
5.2 Häufigkeit, Zeiten und Anlässe des Parkbesuchs	23
5.2.1 Häufigkeit, Zeiten und Anlässe für den Parkbesuch allgemein	23
5.2.2 Häufigkeit, Zeiten und Anlässe für den Besuch des Westfalenparks	26
5.2.3 Ergebnisse aus der face to face-Befragung	28
5.3 Bedürfnisse und Gründe für den Parkbesuch	31
5.3.1 Gründe für den Parkbesuch allgemein	31
5.3.2 Motive für den Besuch des Westfalenparks	33
5.3.3 Verbesserungsvorschläge der Westfalenparkbesucherinnen und -besucher	37
5.3.4 Ergebnisse aus der face to face-Befragung	38
5.4 Motive für den Nichtbesuch von Parks im Allgemeinen und des Westfalenparks im Besonderen	42
5.5 Aktivitäten im Westfalenpark	45
5.5.1 Ergebnisse aus der face to face-Befragung	46
5.6 Einstellungen, Normen und Möglichkeiten (Verhaltenskontrolle)	48
5.6.1 Wichtigkeit und Stellenwert von Parks allgemein	48
5.6.2 Subjektive und soziale Normen in Bezug auf den Besuch von Parks allgemein	51
5.6.3 Einstellungen zum Westfalenpark und Verhaltenskontrolle allgemein	53
5.6.4 Wertschätzung des Westfalenparks durch seine Besucher	56
5.6.5 Ergebnisse aus der face to face-Befragung	57

	<b>Seite</b>
5.7 Bewertung des vorgestellten Nachhaltigen Stadtparks	61
5.7.1 Kaufgewohnheiten, vorhandene Erntemöglichkeiten für Kräuter usw. und Interesse an Gartenthemen	61
5.7.2 Bewertung des vorgestellten Nachhaltigen Stadtparks	64
5.7.3 Ergebnisse aus der face to face-Befragung	68
5.8 Mitwirkungsinteresse und Zahlungsbereitschaften	73
5.8.1 Mitwirkungsinteresse bei der Erhaltung der Qualität von Stadtparks	73
5.8.2 Zahlungsbereitschaft für erhöhte Eintrittspreise	75
5.8.3 Ergebnisse aus der face to face-Befragung	77
5.9 Analyse der Zusammenhänge nach der Theorie des geplanten Verhaltens und mit erweiterten Regressionsmodellen	79
<b>6 Diskussion und Fazit</b>	<b>84</b>
6.1 Die wichtigsten Ergebnisse hinsichtlich der Gründe des Westfalenparkbesuchs	84
6.2 Die Chancen des Nachhaltigen Stadtparks	85
<b>7 Literaturverzeichnis</b>	<b>90</b>

# 1 Einleitung

Aus welchen Gründen haben Städte Park- und Grünanlagen? Warum sind Blumen und Landschaften als Motive von Ansichtskarten beliebt? Sind Reisen speziell zum Zweck, herbstlich gefärbte Landschaften zu sehen, nur eine ausgefallene Idee von Reiseveranstaltern? Dies sind nur einige Fragen, die sich angesichts der offensichtlichen Wertschätzung von Natur stellen. Die Annahme ist, dass das Alltagsleben der Menschen in den Städten selten problemlos und stressfrei ist, während Naturumwelten im Gegensatz dazu Frieden, Ruhe und „Natürlichkeit“ ausstrahlen (Flade 2004).

Stadtparks erscheinen vor diesem Hintergrund als Ansätze zur Reduzierung städtischer Probleme, weil sie einen Ausgleich für Lärm, Beengtheit und städtische Hektik schaffen und ungünstige Lebensbedingungen kompensieren können (Tuan 1978; Bell et al. 2001). Das Hereinholen von Natur in die Stadt kann dazu beitragen, die städtischen Probleme zu mildern. Aus diesen Gründen sind Parks unverzichtbarer Bestandteile der Stadtstruktur – wie z. B. der Englische Garten, der vor rund 200 Jahren in München als Landschafts- und Volksgarten angelegt wurde (Imwolde 2003), oder der Central Park in New York, der vor 150 Jahren angesichts einer rapide zunehmenden Bevölkerung geschaffen wurde. In beiden Fällen sind mit den Parkanlagen landschaftsähnliche Abschnitte in die Großstadt integriert worden. Der Park sollte ein natürlicher Freiraum inmitten der Stadt sein, der schöne Landschaft, Naturerleben sowie Ruhe und Erholung von den Strapazen des Alltags in der Großstadt bietet (Bell et al. 2001).

Freiräume mit einer hohen Vegetationskonzentration bilden einen Kontrast zur gebauten Umwelt. Sie sind das weniger beengende „Anderswo“. Diese Eigenschaft, sich vom Alltag abzuheben, fördert die Symbolwirkung von Natur. Nach Amar (1996) offenbaren die grünen Freiräume die „Sehnsüchte“ unserer Epoche bzw. unserer Gesellschaft. Nach Bell et al. (2001) repräsentieren Parks den Wunsch einer urbanisierten Gesellschaft im Kontakt mit der Natur zu bleiben.

Stadtparks und Grünanlagen gehören zu den vielfältigen Arten von unbebauten Freiräumen in der Stadt, zu denen auch Brachflächen, Höfe, Vorgärten, Plätze und Wege bzw. Spiel- und Sportflächen zählen. Es sind diejenigen Freiräume, die sich durch einen hohen Anteil an Vegetation auszeichnen. Sie ermöglichen den Kontakt mit Natur in Wohnnähe (Amar 1986). Öffentliche Freiräume sind komplexe Funktions- und Raumsysteme (Breuer 2003), die vielerlei Zwecken dienen: Sie haben einen Einfluss auf das Stadtklima, sie ermöglichen die Begegnung mit anderen, es sind Aufenthaltsräume im Freien, sie prägen das Stadtbild und tragen zur Gliederung des städtischen Raumgefüges bei. Ihre Bedeutung erstreckt sich damit auf die individuelle, die ökologische und die Stadtebene. Sie gehören – von bestimmten negativen Entwicklungen abgesehen – zu den Plus-Punkten von Städten, indem sie das Spektrum an individuellen Erlebens- und Handlungsmöglichkeiten erweitern und das Erscheinungsbild, das Image und die Umwelt- und Lebensqualität in der Stadt positiv beeinflussen (Hayward 1989).

Parks, Gärten, Alleen und Grünflächen sind in menschlichen Siedlungen immer präsent gewesen (Hühn 1988), was den großen Nutzen innerstädtischer Vegetation für das psychische Wohlbefinden bezeugt. Neben Umfragen und empirischen Forschungsergebnissen bestätigen Beobachtungen im Alltag, dass die Natur ein Anliegen der Menschen ist. Dies gilt vor allem für die Stadtbevölkerung (Kaplan 1978).

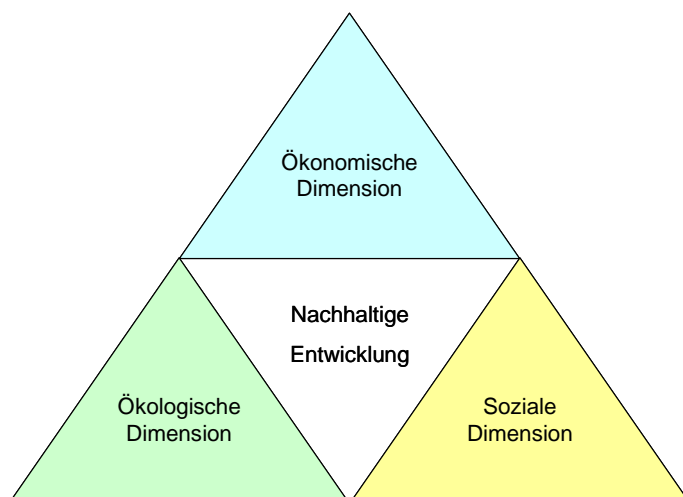
Gleichwohl ist die Anlage und Pflege städtischer Grünanlagen ein Kostenfaktor kommunaler Haushalte und – wie andere Bereiche auch – nicht vor Einsparzwängen gefeit. Das vom Bundesforschungsministerium geförderte Forschungsprojekt „Nachhaltige Stadtparks mit neuen Erlebnisqualitäten zur Verbesserung der Lebensqualität in der Stadt und des städtischen Wohnumfelds“ hat in diesem Zusammenhang einen neuen städtischen Grünflächentyp – den Nachhaltigen Stadtpark – entwickelt, der ökologische, planerisch-gestalterische, ökonomische und sozial-integrative Funktionen vereint.



## 2 Der Nachhaltige Stadtpark

Das Konzept des Nachhaltigen Stadtparks (Lein-Kottmeier 1999) beruht auf den drei Säulen der nachhaltigen Entwicklung (Ökologie, Ökonomie und Soziales), die integrativ behandelt werden. D. h. es geht nicht um die Betrachtung von drei nebeneinander stehenden Säulen, sondern um die Entwicklung einer dreidimensionalen Perspektive (vgl. Deutscher Bundestag 1998, S. 32ff), die sowohl die ökologische als auch die ökonomische und die soziale Dimension berücksichtigt. Dabei stehen der Erhalt bzw. die Wiederherstellung der vielfältigen Funktionen der Natur zum Nutzen der Menschen bei der Formulierung ökologischer Ziele im Vordergrund. Konzeptioneller Schwerpunkt der ökonomischen Dimension ist der Erhalt bzw. die Wiederherstellung der Funktionalität und Leistungsfähigkeit – in diesem Falle – von öffentlichen Parks angesichts ökonomischer Defizite vieler Kommunen durch neue Wege der Parkbewirtschaftung. Ferner sind soziale Stabilität und individuelle Freiheit unverzichtbare Pfeiler für eine nachhaltig zukunftsverträgliche Entwicklung (ebd., S. 39), d.h. die Berücksichtigung der Bedürfnisse und Entwicklungsperspektiven der Menschen, ihre Partizipation und Integration stehen im Zentrum der sozialen Dimension.

Abb. 2.1: Dreidimensionale Perspektive der nachhaltigen Entwicklung



Quelle: eigene Darstellung

Der Nachhaltige Stadtpark – so wie er auch begrifflich neu definiert wurde – kombiniert die Erholungsfunktion von städtischen Park- und Grünanlagen mit Konsumangeboten und Umweltbildungsmöglichkeiten unter Berücksichtigung der Nutzerbedürfnisse und erfüllt so die an Nachhaltigkeit gestellten Forderungen:

- Ökologische und planerisch-gestalterische Dimension:  
Der Nachhaltige Stadtpark bietet das ganze Jahr über attraktive Blühflächen heimischer Gartenpflanzen, die mit allen Sinnen genossen werden können. Gleichzeitig wird so ein wichtiger Beitrag zur Erhaltung der Biodiversität geleistet, weil beliebte Gartenpflanzen in ihrer ganzen Sortimentsvielfalt gezeigt und in Teilen der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden können. Hinzukommt, dass Fachwissen zu den Themen Pflanzung, Pflege und Vermehrung von Gartenpflanzen angeboten wird.

- **Ökonomische Dimension:**  
Im Park angebaute Erzeugnisse (Schnittblumen, Staudenpflanzen, Kräuter etc.), die den Anlagen unter Wahrung des ästhetischen Gesamtbildes durch Fachpersonal entnommen werden, werden in den Restaurants, in der Pflanzenwerkstatt oder im Blumenladen weiterverarbeitet und vermarktet. So erzielte Einnahmen kommen der Anlagenpflege und der Verbesserung der Parkqualität zugute.
  
- **Soziale Dimension:**  
Die Besucherinnen und Besucher können den Park je nach ihren Bedürfnissen individuell nutzen. Sie finden gleichermaßen Ruhe und Erholung, eine Plattform für soziale Kontakte oder Anregungen in Form von Gartenkunst, Informationen und Beratung rund um das Thema Garten, Führungen, Kursen und Veranstaltungen in der Pflanzenwerkstatt und eigenen Lern- und Gestaltungsmöglichkeiten. Darüber hinaus verfolgt das Konzept partizipatorische Ansätze, wonach ein lokales Netzwerk aufgebaut wird, das alle am Park Beteiligten und Interessierten integriert und in dem ein Förderverein eine wichtige Rolle einnehmen soll.

Damit das Angebot auf eine entsprechende Nachfrage stößt, muss der Park groß genug und in hohem Maße anregend sein. Das Konzept des Nachhaltigen Stadtparks zeichnet sich dementsprechend durch funktionale Vielfalt und – in den Worten Tessins (2004) – durch eine „Ästhetik des Performativen“ aus, indem im Park etwas geschieht: In jedem Monat des Jahres blüht etwas anderes. Die attraktiven Gartenpflanzen sind so ausgewählt, dass sie allen Sinnen etwas bieten: Ihre verschiedenen Düfte, Farben, Formen und Oberflächen können während des Parkbesuchs genossen werden. Im Park kann man Staffeleien, Stative oder Klappstühle ausleihen, man kann malen und fotografieren. Der große Fundus und der Wechsel bieten vielfältige Anknüpfungspunkte für Veranstaltungen zu Natur- und Gartenthemen. Unabhängig davon können sich die Besucher nach wie vor im Park erholen, die Kinder können dort spielen, es kann gepicknickt werden und dergleichen mehr.

Blühende Gartenflächen sind kontinuierlich über das ganze Jahr vorhanden. Zu jedem Zeitpunkt des Jahres ist mindestens ein zusammenhängendes Zwölftel der Anlage in voller Blüte. Die Flächen sind genügend groß und abwechslungsreich bepflanzt, so dass in ihnen – wie sonst nur im privaten Garten – geerntet werden kann. Das geschieht durch Gärtner und zwar in einem Umfang, der den optischen Eindruck der Parkanlage nicht schmälert. Diese Schnittmaßnahmen dienen teilweise sogar dem besseren Wuchs der Pflanzen. Die eingebrachte Ernte wird in den angeschlossenen Betrieben zum Verkauf angeboten. So werden im Blumenladen Sträuße der Saison aus lokalem Anbau verkauft oder im Restaurant besondere Gewürze und Früchte in nicht-alltäglichen Gerichten zum Verkosten angeboten. Teile des vorhandenen, mengen- und sortenmäßig umfangreichen Fundus können für Bildungsangebote oder kunsthandwerkliche Arbeiten in einer Pflanzenwerkstatt verwendet werden. Auch Produkte wie Lavendelöl, Tinkturen oder Teemischungen können hergestellt werden. Die Grünfläche kann mit einem Schulgarten kombiniert werden, in dem die Schüler und Schülerinnen unter Anleitung Pflanzaktionen durchführen und Gartenpflege praktizieren. Ein weiteres mögliches Angebot ist eine „Gartenberatung“, über die interessierte Personen Hinweise und Anregungen für ihren eigenen Garten bekommen können. Vielfältiges und detailliertes Wissen zum kulturellen Erbe „Gartenpflanzen“ kann anschaulich vermittelt werden. Auch die Gartenbranche könnte von einem Lehrangebot profitieren und daran mitwirken.

Der neue Grünflächentyp kann dazu beitragen, soziale oder gestalterische Problemgebiete in einer Stadt aufzuwerten, eine neue Wohnumfeldgestaltung anzuregen, vorhandene monofunktionale Grünanlagen in erlebnisreiche und multifunktionale Flächen umzuwandeln und damit Naturgeschehen und Sinneserfahrungen in der Stadt besonders abwechslungsreich erlebbar machen. Auch kann er als Nachnutzungskonzept für eine Gartenschau dienen. Der Nachhaltige Stadtpark ist in diesem Sinne ein Bürgergarten mit Dauergartenschau.

Der Nachhaltige Stadtpark vereint die traditionellen Leitbilder der Parkgestaltung (vgl. Milchert 1985). Die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit beinhaltet dabei das naturalistische Leitbild. Es wird auf besondere Reichhaltigkeit der botanischen Ausstattung der Parkanlage Wert gelegt. Damit wird auch ein Beitrag zum Erhalt biologischer Vielfalt geleistet. Die Gartenkulturpflanzen sind im städtischen Umfeld zum Nutzen durch den Menschen noch besser geeignet als die uns „natürlicher“ vorkommenden Pflanzen der Landschaft: Der Mensch als Natur- und Kulturwesen findet im Garten die für seine Sinne und seine seelische Befindlichkeit geeigneten Pflanzenerlebnisse.

Damit ist auch der Übergang zur sozialen Dimension und zum funktionalistischen Leitbild erfasst: der Park hat Gebrauchswert für die Menschen. Außerdem möchte er durchaus offen sein für Veränderungen. Wünsche, die Pflanzenausstattung oder den Umgang und das Lernen mit und über Pflanzen betreffend, können berücksichtigt werden. Im Park können segregierte Bevölkerungsgruppen zusammentreffen. Das gemeinsame Interesse an der Pflanzenwelt wirkt möglicherweise integrierend.

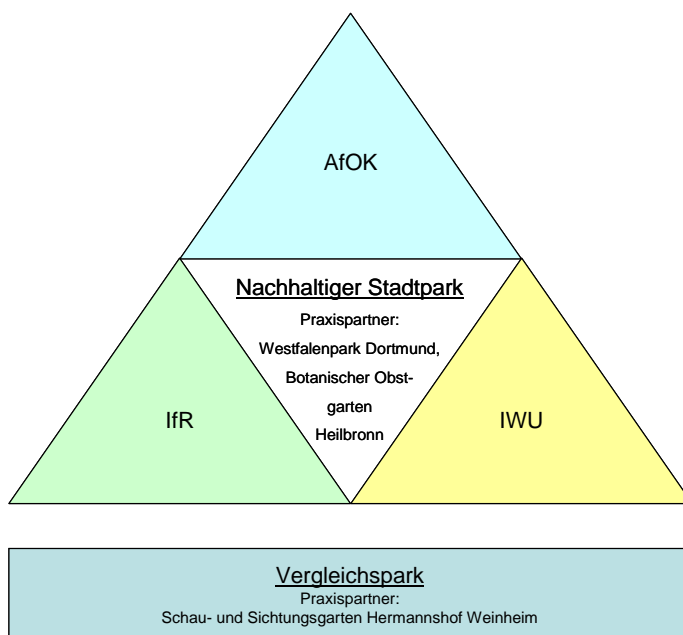
Ein zentraler Ansatzpunkt für das Konzept des Nachhaltigen Stadtparks ist die Nutzung der Wuchskraft der Pflanzen für wirtschaftliche Zwecke in einem öffentlichen Parkgelände (Ostmann & Vogt 2004). Dies unterscheidet den Nachhaltigen Stadtpark von traditionellen Parkanlagen. Die öffentliche Parkanlage will u. a. durch den Verkauf der in ihr wachsenden Pflanzen und Blumen an die Besucherinnen und Besucher des Parks die nötigen Mittel für die erhöhte Pflegetätigkeit erwirtschaften. Gruppen, die für den Aufbau, die Organisation und konkrete Gestaltung eines Parks zuständig sind, sind heute nicht mehr die Herrscher, die Adligen und die Großindustriellen, sondern die Kommunen und zunehmend auch die Bürgerinnen und Bürger selbst. Gruppen, die bei der Verwirklichung der Erstversion des Nachhaltigen Stadtparks beteiligt sein könnten, sind neben den städtischen Ämtern und interessierten Bürgerinnen und Bürgern zunehmend auch Sponsoren wie z. B. ansässige Firmen sowie Vereine, Universitäten und Schulen sowie Pflanzen produzierende Betriebe und Blumenläden.

### 3 Das Forschungsprojekt

#### 3.1 Forschungsverbund und Projektablauf

Im Rahmen des vom Bundesforschungsministeriums geförderten Forschungsvorhabens soll modellhaft im Westfalenpark Dortmund und im Botanischen Obstgarten Heilbronn der Nachhaltige Stadtpark als neuer öffentlicher Grünflächentyp entwickelt, erprobt und evaluiert werden, um als Vorbild für andere Städte zu dienen. Entsprechend der dreidimensionalen Ausrichtung des Konzepts Nachhaltiger Stadtpark werden die unterschiedlichen Perspektiven durch drei entsprechend fachlich ausgerichtete Forschungseinrichtungen bearbeitet: Das federführende Institut für Regionalwissenschaft (IfR) der Universität Karlsruhe koordiniert die einzelnen Aufgabenfelder im Verbund und ist verantwortlich für Entwicklung und Ausarbeitung der ökologischen und gestalterisch-planerischen Aspekte des Nachhaltigen Stadtparks. Die Aufgabe der Agentur für Organisation und Kooperationsdesign GmbH (AfOK) Saarbrücken ist die Einbeziehung der Institutionen und Verfahren in Analyse, Entwurf und Realisierung, die einer den Bedürfnissen der Menschen gerecht werdenden Bewirtschaftung und Gestaltung des Nachhaltigen Stadtparks dienen, und repräsentiert damit die ökonomisch-organisatorische Dimension der Nachhaltigkeit.

Abb. 3.1: Der Forschungsverbund



Die Institut Wohnen und Umwelt GmbH (IWU) Darmstadt bringt die soziale Dimension der Nachhaltigkeit ein. Dementsprechend liegen die Aufgaben einerseits in einer Bestandsaufnahme des Wissens über die psychologischen Wirkungen von Natur in der Stadt und andererseits in der Ermittlung der Bedürfnisse und Motive der Wohnbevölkerung und der Nutzerinnen und Nutzer von öffentlichen Parks, die letztlich ausschlaggebend für die Akzeptanz des Nachhaltigen Stadtparks sind.

Untersuchungsobjekte und gleichzeitig Praxispartner sind die beiden öffentlichen Parkanlagen Westfalenpark Dortmund und Botanischer Obstgarten Heilbronn. Zur Absicherung der Erkenntnisse wurde außerdem der Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof Weinheim als Vergleichs- und Kontrollpark in das Forschungsvorhaben einbezogen.

Das Forschungsprojekt ist in drei Phasen gegliedert, dessen erste Phase mit der Gewinnung von interessierten und geeigneten Modellstandorten (Dortmund und Heilbronn) bereits weitgehend abgeschlossen ist.

In der abgeschlossenen **Konzeptphase** wurden tragende Grundsätze erarbeitet, die im Kern die Berücksichtigung der Nachhaltigkeitsaspekte, die nutzerorientierte Freiraumplanung, die Analyse von öffentlich-privaten Partnerschaften und besten Praktiken für Grünflächen und Parks umfassen. Es wurden verschiedene Varianten beschrieben, die den jeweiligen Ausgangssituationen angepasst sind. Darüber hinaus wurden die vorliegenden Erkenntnisse über die Wirkung von Natur und Grün auf den Menschen gesichtet, ausgewertet und in einer Expertise zusammengeführt (Flade 2004). In diese Phase gehörte ebenfalls die Durchführung repräsentativer Befragungen der Wohnbevölkerung und der Parkbesucherschaft, deren Ergebnisse hier in diesem Bericht abgebildet werden. Sie dienen einer vertiefenden und nach Besuchergruppen differenzierenden Motivanalyse unter Berücksichtigung der verschiedenen Nutzerbedürfnisse.

Die Stadt Dortmund überprüft, ob das Modell des Nachhaltigen Stadtparks auf der Grundlage der erarbeiteten Konzeption auf einer Fläche von 4 bis 9 Hektar umgesetzt werden kann. Für die Umsetzung des wissenschaftlichen Konzepts war es wichtig einige grundlegende Aspekte der weiteren Projektentwicklung im Westfalenpark Dortmund zu erörtern. Dazu zählten Entwürfe und Konzepte für die hoch- und gartenbauliche Planung im Westfalenpark, eine eigene empirische Akzeptanzanalyse zum Besuchs- und Konsumentenverhalten, Vorbereitungen für ein Fördernetzwerk und eine Wirtschaftlichkeitsberechnung. Auf der Basis dieser Aspekte, die schon ein erstes Teilergebnis der **Realisierungsphase** (Phase 2) darstellen, kann die weitere Ausgestaltung des Projektes verfolgt werden.

Das Projekt begleitende Monitoring umfasst ökonomische Aspekte ebenso wie landschaftsarchitektonische und gartenbauliche Fragestellungen, die nach der Erprobung in den Modellparks in Form von Empfehlungen für ähnliche Projekte in anderen Kommunen aufbereitet werden. Neben einer darüber hinaus erfolgenden umweltpsychologischen Beratung werden in der Realisierungsphase außerdem die Evaluationsinstrumente entwickelt und geprüft.

In der **Betriebs- und Erprobungsphase** (Phase 3) nach der Umgestaltung und Eröffnung der neuen Parkanlage soll die Evaluation stattfinden. Untersucht wird die Akzeptanz des neuen Grünflächentyps bei den kommunalen und gesellschaftlichen Akteuren, der Stadtbevölkerung und insbesondere den Parkbesucherinnen und -besuchern. Diese sollen über ihr Erleben und ihre Nutzung des neuartigen Stadtparks sowie ihre Kommentare und Vorschläge befragt werden. Ferner erfolgen in dieser Phase die Überprüfung der Zielsetzungen, eine Bündelung der Empfehlungen und die Veröffentlichung der Ergebnisse.

### 3.2 Forschungsansatz zur sozialen Dimension und Untersuchungsziel

Maßnahmen zur Verbesserung des Wohnumfelds und der Stadtqualität sind für viele Städte in Zukunft unverzichtbar, um als (Wohn)Standort attraktiv zu bleiben. Dies gilt insbesondere auch für die Grün- und Parkanlagen in der Stadt. Zugleich sind jedoch die zur Verfügung stehenden kommunalen Mittel begrenzt. In dieser Situation erhöhter Anforderungen an die Qualität bei abnehmenden finanziellen Ressourcen stellt sich die Frage nach neuen Konzepten.

Eines davon ist das Konzept des Nachhaltigen Stadtparks, welches ausdrücklich die zukunftsverträgliche Aufwertung städtischer Parkanlagen im Zusammenspiel mit sozial-integrativen Funktionen und Einnahmenerzielung zum Ziel hat. Bevor dieses Konzept in den Städten jedoch Fuß fassen kann und Grün- und Parkanlagen in Nachhaltige Stadtparks umgewandelt werden, ist es erforderlich, einen konkreten, umsetzungsreifen Entwurf zu testen, um die Machbarkeit und Tragfähigkeit des neuen Stadtparktyps nachzuweisen und etwaige Nachbesserungen vorzunehmen. Hauptziel des interdisziplinären Forschungsprojekts, in das das Fachwissen aus den Bereichen Landschaftsarchitektur, Umweltsoziologie/-psychologie und Umweltökonomie einfließt, die jeweils für einen Nachhaltigkeitsaspekt zuständig sind, ist es daher, das Konzept des Nachhaltigen Stadtparks in zwei Modellparks umzusetzen und entsprechend der thematischen Schwerpunkte aus den drei Fachbereichen zu evaluieren und weiterzuentwickeln. Das Verbundprojekt will damit Vorschläge erarbeiten, die den Kommunen zukunftsorientierte Perspektiven in der Freiraumplanung eröffnen – sowohl was die Qualität der städtischen Grünanlagen und ihren Beitrag für Stadtentwicklung, Stadtimage und Lebensqualität betrifft als auch was die Einbindung verschiedener Bevölkerungsgruppen und den Erhalt der Wirtschaftskraft anbelangt. Die entwickelten Lösungswege, wie Nachhaltige Stadtparks je nach den bestehenden Rahmenbedingungen aussehen könnten und welche Angebots-, Organisations- und Finanzierungsformen jeweils am besten geeignet sind, sollen beispielgebend für die zukünftige Stadtparkgestaltung sein.

Entsprechend der sozialwissenschaftlichen und umweltpsychologischen Fragestellungen des IWU liegt ein Projektziel in der Analyse der individuellen Bedeutungen von Natur und Grün für die Menschen in der Stadt. Die Ermittlung der Wirkungsweise von natürlicher Umwelt in der Stadt auf den Menschen auf der Grundlage einer Auswertung der Fachliteratur liegt bereits als eigenständige Publikation vor (Flade 2004).

Die darüber hinaus durchgeführten empirischen Erhebungen, deren Ergebnisse hier in Kap. 5 abgebildet werden, verfolgen im Wesentlichen drei Ziele: Zum ersten sollten die individuellen Einstellungen, Motive und Bedürfnisse für den Besuch von Parks in den Modellstädten – auch auf der Grundlage verschiedener Nutzertypen – ermittelt werden. Zum zweiten sollten die Hinderungsgründe für den Parkbesuch und Möglichkeiten der Attraktivitätssteigerung analysiert werden. Zu unterscheiden sind hier etwa diejenigen, die aus prinzipiellen Gründen keine Parks besuchen und solche, die durch eine Ausweitung an Attraktionen zu einem Parkbesuch motiviert werden können. Das dritte Ziel besteht schließlich in der Bewertung des Konzepts des Nachhaltigen Stadtparks und der Ermittlung der Bereitschaft zum Besuch bzw. zur Mitarbeit durch die Parkbesucher, denn eine Grundvoraussetzung für den Erfolg des Nachhaltigen Stadtparks ist das Interesse der Stadtbevölkerung am neuen Grünflächentyp.

Ursprünglich vorgesehen war die Begleitforschung in nur einer Modellstadt. Eine parallele Untersuchung von zwei Varianten des Nachhaltigen Stadtparks mit unterschiedlichen Rahmenbedingungen (Dortmund und Heilbronn) bietet aber den Vorteil, dass die Generalisierbarkeit der Ergebnisse besser abgeschätzt werden kann und sich damit deren Aussagekraft entscheidend erhöht. Gleichzeitig können so Erfahrungen in unterschiedlichen Kontexten gemacht werden, die die Ausarbeitung alternativer Varianten des Nachhaltigen Stadtparks und damit verbesserte Empfehlungen ermöglichen.

Eine weitere Absicherung der Ergebnisse lässt sich durch die Einbeziehung eines Vergleichsparks erreichen, der im Unterschied zu den Modellparks im Zeitverlauf nicht verändert wird. Als Vergleichspark bot sich der 2,2 Hektar große Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof in Weinheim an. Er stellt eine Baseline dar, um zeitbedingte Veränderungen des Parkbesuchsverhaltens, die z.B. durch ein gestiegenes Gesundheits- und Umweltbewusstsein zustande kommen können, zu erfassen. Gleichzeitig können darin durchgeführte Befragungen einer vertiefenden und nach Besuchergruppen differenzierenden Motivanalyse dienen.

Die empirischen Erhebungen finden zu zwei Zeitpunkten – vor und nach der Umsetzung des Nachhaltigen Stadtparks – statt. Die in diesem Bericht vorgestellten Erhebungen stellen die Vorherbefragungen dar, die die Akzeptanz des Nachhaltigen Stadtparks im Vorfeld abschätzen und somit die Baseline für die nach der Implementierung des Konzepts erfolgenden Nachhererhebungen bilden (siehe Kap. 4.1).

Die Ergebnisse der beiden Befragungsphasen werden sowohl in einzelnen Stadtberichten als auch in Form von übergreifenden, vergleichenden Projektberichten veröffentlicht.

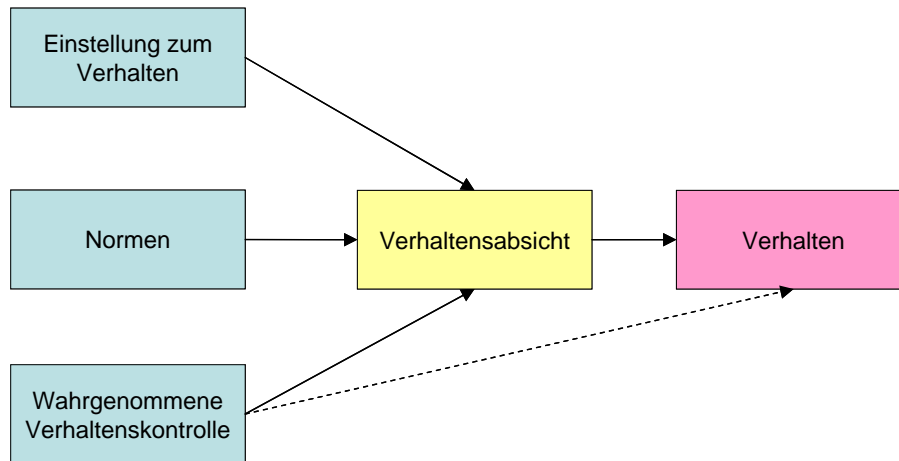
### **3.3 Theoretische Basis**

Wie die im Rahmen des Forschungsverbunds erstellte Expertise von Flade (2004) zeigt, liefert die Literatur eine Fülle von theoretischen Ansätzen und Konzepten, um die Wertschätzung natürlicher Umwelten, ihre psychologischen Wirkungen allgemein und bei unterschiedlichen Gruppen und den Erfolg von öffentlichen Parkanlagen zu erfassen und zu analysieren. Theorien und Modelle erklären menschliches Erleben und Verhalten über den Einzelfall hinaus und erlauben verallgemeinerbare Aussagen.

Bezogen auf das vorliegende Forschungsprojekt stellt sich vordringlich die Frage, ob der Nachhaltige Stadtpark auf positive Resonanz bei der Stadtbevölkerung und der Besucherschaft stößt und welche Motive dem zugrunde liegen. Dabei ist davon auszugehen, dass das Interesse einer Person an Parkbesuchen nicht nur von den Merkmalen des Parks abhängt, sondern auch von den subjektiven Einstellungen in Bezug auf den Park, den persönlichen Normen, ob sie den Parkbesuch für sich als passend findet, und den individuellen Realisierungsmöglichkeiten, d.h. wie leicht oder schwer es ihr fällt, einen Park zu besuchen (Komponente der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle). Mit der Theorie des geplanten Verhaltens von Ajzen (1991) können diese Einflussfaktoren in einen systematischen Zusammenhang gebracht werden. Gleichzeitig liegt der Vorteil dieser Theoriekonzeption sowohl in ihrer vielseitigen Einsetzbarkeit als auch in ihrer Sparsamkeit und Effizienz, die eine Vorhersage von

Verhaltensabsichten und Verhalten auf der Grundlage nur weniger Variablen ermöglicht (vgl. Sonnenmoser 1997).

Abb. 3.2: Die Theorie des geplanten Verhaltens



In der Einstellung spiegelt sich die Bewertung einer Person gegenüber einem bestimmten Verhalten wider. Sie umfasst Motive, Bedürfnisse und Überzeugungen: Ist mir der Parkbesuch persönlich wichtig? Erfüllt der Parkbesuch meine Bedürfnisse nach Ruhe und Erholung, Anregung usw.? Ist der Parkbesuch gut und angenehm?

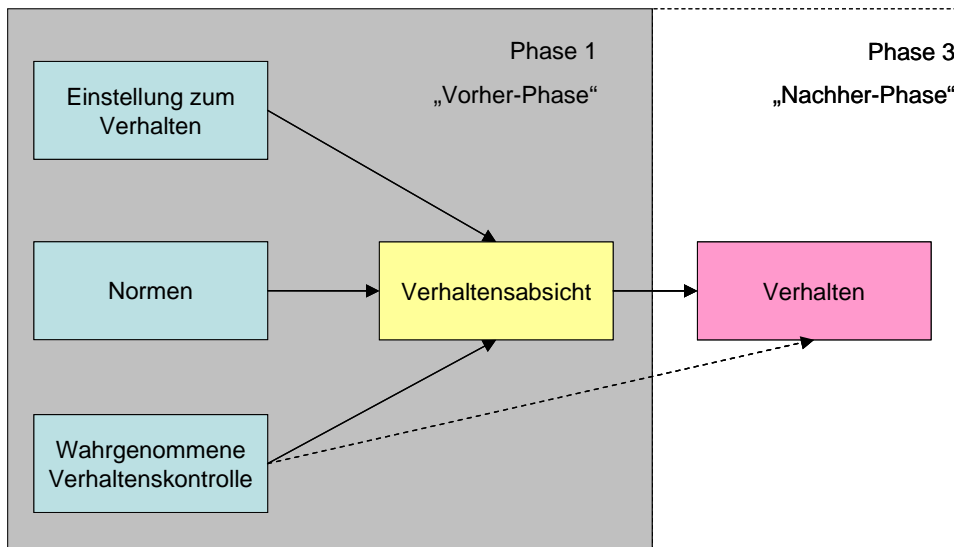
Die Normen repräsentieren die Überzeugung einer Person, dass andere Personen ein bestimmtes Verhalten von ihnen erwarten: Ist der Parkbesuch ein übliches, mehr oder weniger häufiges Alltagsverhalten? Finden mir wichtige Personen es gut, wenn ich in meiner Freizeit Parks aufsuche?

Verhaltensabsichten und Verhalten hängen jedoch nicht nur vom Wollen, sondern auch davon ab, ob das gewünschte Verhalten aufgrund der vorhandenen Möglichkeiten realisiert werden kann. Ob z. B. ein Park besucht wird oder nicht, ist daher ebenso wesentlich eine Frage der „wahrgenommenen Verhaltenskontrolle“ – also der Realisierungsmöglichkeiten, Hemmnisse und Barrieren: Fällt mir ein Parkbesuch leicht? Kann ich den Park ohne Schwierigkeiten erreichen? Ist der Eintrittspreis akzeptabel?

In der Vorherphase, d. h. vor der Implementierung des Nachhaltigen Stadtparkkonzepts, soll das Ajzen-Modell der Vorhersage dienen, inwieweit ein nachhaltig umgestalteter Park in den Augen seiner Besucher, aber auch seiner (Noch)Nicht-Besucher an Attraktivität gewinnt. In diesem Sinne wird in der Phase 1 ein Teil des Modells überprüft werden (vgl. Abb. 3.3), nämlich die Einflüsse auf die Verhaltensabsicht, den Nachhaltigen Stadtpark nach der Umgestaltung häufiger oder überhaupt aufzusuchen. Das tatsächliche Nutzungsverhalten nach der Umsetzung des Konzepts – also der Erfolg des Nachhaltigen Stadtparks – kann folglich erst nach der Implementierung und Eröffnung des umgestalteten Parks in der Nachherphase (Phase 3) erfasst und analysiert werden.

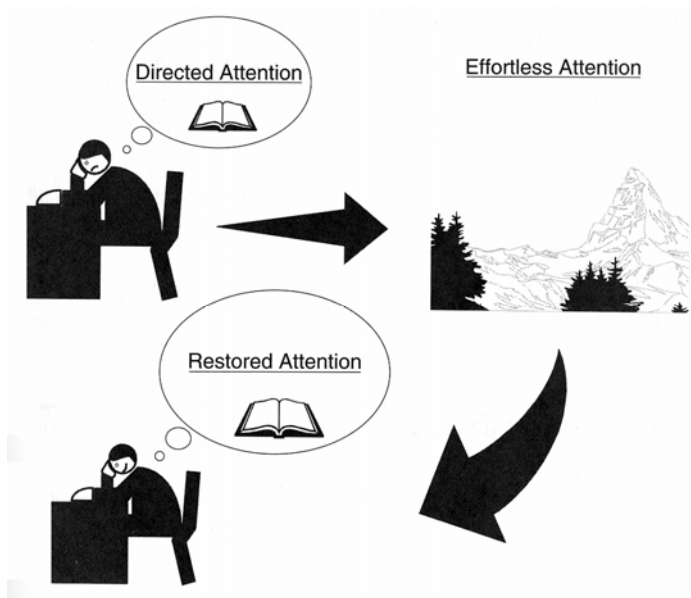


Abb. 3.3: Die Theorie des geplanten Verhaltens, angewandt in der Vorherphase



Im Hinblick auf die psychologischen Wirkungen von Natur und die damit verbundenen Bedürfnisse und Motive haben Parks vielfältige Funktionen für die Stadtbevölkerung. Eine große Rolle spielt dabei die Erholung vom Alltag. In diesem Zusammenhang ist auf eine Erholungstheorie – die „Attention Restoration Theory“ (Kaplan & Kaplan 1989, Kaplan 1995) – hinzuweisen, die ebenfalls eine Grundlage der theoretischen Überlegungen zum Projekt darstellte.

Abb. 3.4: Bildliche Darstellung der Attention Restoration Theory



Quelle: Bell et al., 2001, S. 49

Diese Theorie sieht Erholung als Wiederherstellung der Fähigkeit zur gerichteten Aufmerksamkeit an. „Die Erholung kommt zustande durch das physische und psychische Entfernen vom Alltag (being away), durch das Erleben von Faszination, wodurch die Aufmerksam-

keit unwillkürlich auf den faszinierenden Gegenstand gelenkt wird, durch das Erleben räumlicher Weite und durch den Eindruck, dass die Umwelt die intendierten Aktivitäten unterstützt.“ (Flade 2004, S. 10).

## **4 Untersuchungsplan und methodisches Vorgehen**

### **4.1 Befragungsdesign und Erhebungsinstrumente**

Die Wirkungen von Parks lassen sich unterteilen in Onsite- und Offsite-Effekte. Onsite-Effekte betreffen die Bedürfniserfüllung der aktuellen Nutzerinnen und Nutzer der Parks. Offsite-Effekte beziehen sich auf verschiedene externale Faktoren, z. B. auf Bewohnerinnen und Bewohner, die den Park nicht aktuell nutzen, die sich aber an dessen Anblick von ihrem Fenster im Büro, ihrer Wohnung oder auch vom Krankenhaus aus (Ulrich 1984) erfreuen. Auch die Gewissheit, den Park jederzeit nutzen zu können, gehört zu den Offsite-Effekten. Weitere externe Faktoren sind ökonomische Vorteile wie die Wertsteigerung von Grundstücken und Immobilien in der Nähe von Parks (Schroeder 1989; More et al. 1982; Crompton 2001).

Vor diesem Hintergrund erfolgte die Vorhererhebung mittels zweier Befragungen, die zum einen die Offsite- und zum anderen die Onsite-Gruppe ansprachen. In beiden Modellstädten wurde eine repräsentative Befragung der Wohnbevölkerung durchgeführt. Die Bewohnerinnen und Bewohner, die telefonisch zu Hause und somit nicht direkt in einem Park befragt wurden, stellen die Offsite-Gruppe dar, von denen auch mehr oder weniger große Teile Nichtbesucher von Parks im Allgemeinen bzw. des Westfalenparks/des Botanischen Obstgarten im Besonderen sein können. Der Nichtbesuch von Parks kann auch dadurch bedingt sein, dass die jeweiligen Interessen, Vorstellungen und Bedürfnisse der Nutzer zu wenig Berücksichtigung finden. Die Nicht-Nutzer sind somit eine wichtige Gruppe, weil sie Informationen darüber liefern können, was sie vom Besuch des Parks abhält.

Zur Vertiefung und Ergänzung der Ergebnisse der Telefonbefragung wurde zusätzlich eine direkte Befragung der Besucherinnen und Besucher der beiden Modellparks und des Kontrollparks durchgeführt. Im Unterschied zur Telefonbefragung der Wohnbevölkerung handelte es sich hierbei um tatsächlich im jeweiligen Park angetroffenen Nutzerinnen und Nutzer, die als aktuelle Besucher in diesem Sinne die Onsite-Gruppe darstellen.

Die Einbeziehung beider Zielgruppen soll Erkenntnisse darüber liefern, ob sich die Präferenzen zwischen aktuellen Nutzern und Nicht-Nutzern unterscheiden und welche Auswirkungen dies auf die Ausgestaltung des Nachhaltigen Stadtparks hat.

Nach der Umsetzung des Konzepts Nachhaltiger Stadtpark sind erneute telefonische und mündliche Befragungen in ähnlichem Umfang zu Evaluationszwecken geplant.

#### **4.1.1 Telefonische Befragung der Dortmunder Wohnbevölkerung (Offsite-Gruppe)**

Die telefonische Befragung wurde im Juni 2005 vom Umfrageinstitut SMR (Solid Marketing Research in Frankfurt am Main) im Unterauftrag des IWU durchgeführt<sup>1</sup>. Dabei wurden 300 mindestens 16 Jahre alte Dortmunder Bürgerinnen und Bürger befragt.

Das Erhebungsinstrument war in fünf Teile geteilt:

- Im ersten Teil wurden Fragen zur allgemeinen Wichtigkeit von Parks und deren Nutzungsgewohnheiten gestellt. Es interessierten ferner die häufigsten Gründe für den Besuch von Parks sowie die Einschätzung, ob ein Park einen eigenen Garten ersetzen kann.
- Der zweite Teil richtete sich explizit an diejenigen, die den Dortmunder Westfalenpark besuchen. Hier wurden Fragen zur Bewertung speziell des Westfalenparks im Hinblick auf die Erfüllung verschiedener Motive und Bedürfnisse sowie zu den Nutzungsgewohnheiten und Aktivitäten der Besucher gestellt. Darüber hinaus wurden die Befragten gebeten, Mängel oder Verbesserungsmöglichkeiten konkret zu benennen und die Erreichbarkeit zu bewerten.
- Der dritte Teil diente der Befragung der Nicht-Parkbesucher. Dabei ging es vornehmlich darum, welche Gründe die Befragten von der Parknutzung abhalten und welche Alternativen stattdessen von ihnen bevorzugt werden.
- Der vierte Teil des Fragebogens beinhaltete Fragen zum Konzept des Nachhaltigen Stadtparks. Neben Fragen zu den generellen Kaufgewohnheiten bei Schnittblumen, Obst und Gemüse, zu vorhandenen eigenen Erntemöglichkeiten für Kräuter, Tomaten etc. und zum Interesse an Gartenthemen wurden die Kernelemente des neuen Parkkonzepts vorgestellt und bewertet. Außerdem wurde eruiert, ob und in welcher Form die Befragten bereit wären, selbst bei der Erhaltung und Steigerung der Qualität von Stadtparks mitzuwirken. Ebenfalls erhoben wurde die Akzeptanz möglicher Eintrittspreiserhöhungen.
- Komplettiert wurde die Befragung schließlich durch soziodemografische Angaben der Befragten. Von besonderem Interesse für die Bildung von Nutzertypen waren das Geschlecht, das Alter, die Familiensituation, die Erwerbstätigkeit und der Zugang zu einem privaten Garten.

#### **4.1.2 Face to face-Befragung der Besucherinnen und Besucher des Westfalenparks (Onsite-Gruppe)**

Im Rahmen der face to face-Befragung wurden an einem Septemberwochenende 2005 insgesamt 74 Besucherinnen und -besucher des Westfalenparks mündlich interviewt. Die Interviews wurden von Studierenden im Auftrag des IWU durchgeführt.

Der Fragebogen der face to face-Interviews war aus Vergleichsgründen eng an den der telefonischen Befragung angelehnt. Mit Ausnahme der Fragen zur Nichtnutzung des Westfalenparks, die in diesem Fall nicht relevant waren, wurden durchweg ähnliche Themen abgefragt.

---

<sup>1</sup> Die Telefonnummern wurden vom ZUMA (Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen in Mannheim) mit einem Zufallsverfahren generiert.

Darüber hinaus bot die direkte Befragung die Gelegenheit, mit einem Lageplan des Westfalenparks zu arbeiten, in den die Befragten solche Orte einzeichnen und begründen sollten, an denen sie sich besonders gern oder besonders ungern aufhalten.

## 4.2 Der Untersuchungsgegenstand: Der Westfalenpark in Dortmund

Der Dortmunder Westfalenpark ist mit einer Fläche von 70 Hektar eine der größten öffentlichen Parkanlagen in Deutschland. Die Anfänge des Parks liegen im Jahr 1894, als er unter der Bezeichnung Kaiser-Wilhelm-Hain eröffnet wurde. Nach der Zerstörung im zweiten Weltkrieg entstand im Zuge der ersten Bundesgartenschau 1959 der nun so genannte Westfalenpark. Es folgten weitere Bundesgartenschauen in den Jahren 1969 und 1991.

Der Westfalenpark beheimatet das Deutsche Rosarium, das mit über 3.500 Rosenarten und -sorten nationale und internationale Rosenfreunde begeistert. Der zur Bundesgartenschau 1959 errichtete Florianturm ist zu einem Wahrzeichen der Stadt geworden. Zu den weiteren Attraktionen und Einrichtungen im Westfalenpark zählen das Deutsche Kochbuchmuseum, eine Sternwarte, ein nostalgisches Puppentheater, die Altenakademie und zahlreiche Cafés und Restaurants sowie Spielplätze.

Abb. 4.1: Übersichtsplan des Westfalenparks



Quelle: Stadt Dortmund

Für den Besuch des Westfalenparks wird ein Eintritt erhoben, eine Tageskarte für Erwachsene kostet zwei Euro. Darüber hinaus gibt es noch weitere Kartentypen wie etwa Familien- oder Jahrestickets. Der Park ist verkehrsgünstig direkt an einer U-Bahn-Haltestelle gelegen. Er ist das ganze Jahr über geöffnet und kann täglich von 9 Uhr (Sommer)/10 Uhr (Winter) bis 23 Uhr betreten werden.

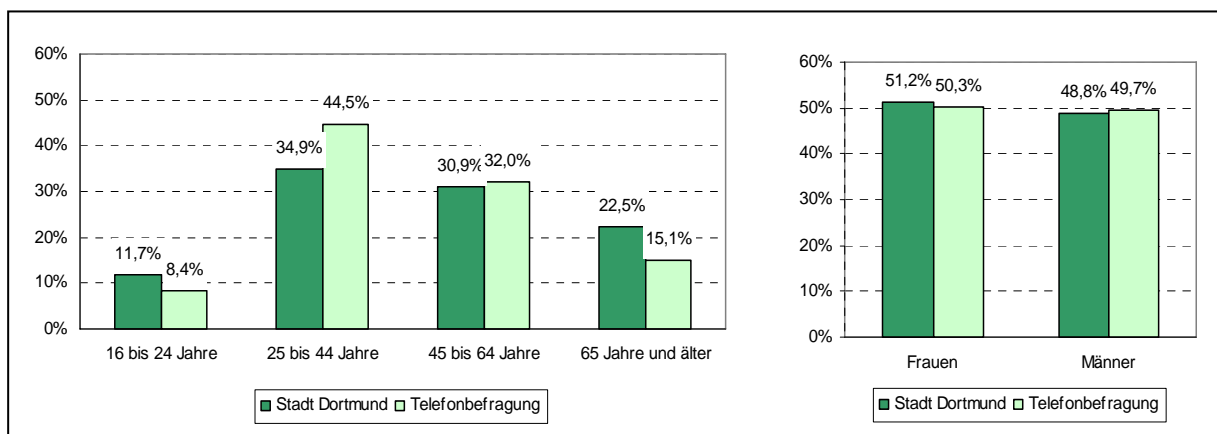
## 5 Ergebnisse

### 5.1 Stichprobenbeschreibung

#### 5.1.1 Repräsentativität und Zusammensetzung der Stichprobe der Dortmunder Wohnbevölkerung (Offsite-Gruppe)

Die per Zufallsgenerator gezogenen Telefonnummern lieferten eine repräsentative Bevölkerungsstichprobe, was sich darin zeigte, dass die Alters- und Geschlechtsverteilungen denjenigen in der Dortmunder Wohnbevölkerung ähnelten.

Abb. 5.1: Bevölkerungsstichprobe nach Altersgruppen und Geschlecht im Vergleich zur amtlichen Statistik\*



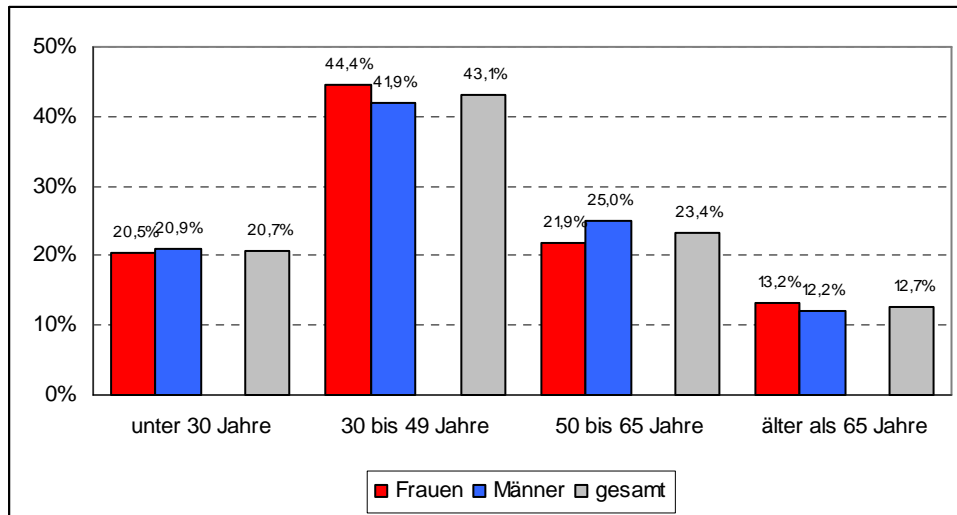
\* Quelle: Stadt Dortmund (Stand: 31.12.04)

Während die Anteile der Frauen und Männer in der Telefonstichprobe mit den jeweiligen Anteilen an der Dortmunder Gesamtbevölkerung nahezu identisch sind, treten beim Merkmal Alter geringe Abweichungen auf: Die 25- bis 44-Jährigen sind in der Stichprobe etwas über-, die ältesten Befragten (65 Jahre und älter) dagegen etwas unterrepräsentiert. Überprüfungen durch Gewichtungen ergaben jedoch keine nennenswerten Unterschiede, so dass diese bei telefonischen Befragungen in Großstädten typischen „relevanten Ausfälle“ keinen Einfluss auf die repräsentative Aussagekraft der Befragung haben (vgl. auch Porst 1991).

Die zur Überprüfung der Repräsentativität der Stichprobe herangezogene amtliche Statistik lag nur in der dargestellten aggregierten Form vor. Für die folgenden statistischen Auswertungen wurde jedoch eine Neugruppierung der Altersvariablen vorgenommen (siehe Abb. 5.2). Die Gründe lagen u. a. darin, dass sich die Lebensphase Jugend (Adoleszenz bzw. Postadoleszenz) bedingt durch die verlängerten Ausbildungszeiten und die zeitlich immer später erfolgende Familiengründung und Berufstätigkeit etwa hin zum vierten Lebensjahrzehnt verschiebt (siehe z. B. Hurrelmann 2003).

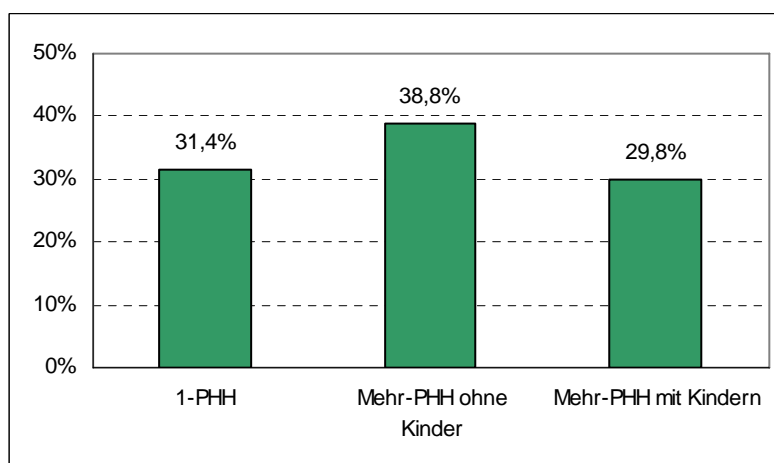
Nach der modifizierten Altersgruppierung ist ein Fünftel der Befragten jünger als 30 Jahre, 43 % sind zwischen 30 und 49 Jahre alt, etwa 23 % zwischen 50 und 65 Jahren und weitere 13 % älter als 65 Jahre.

Abb. 5.2: Bevölkerungsstichprobe nach Altersgruppen und Geschlecht



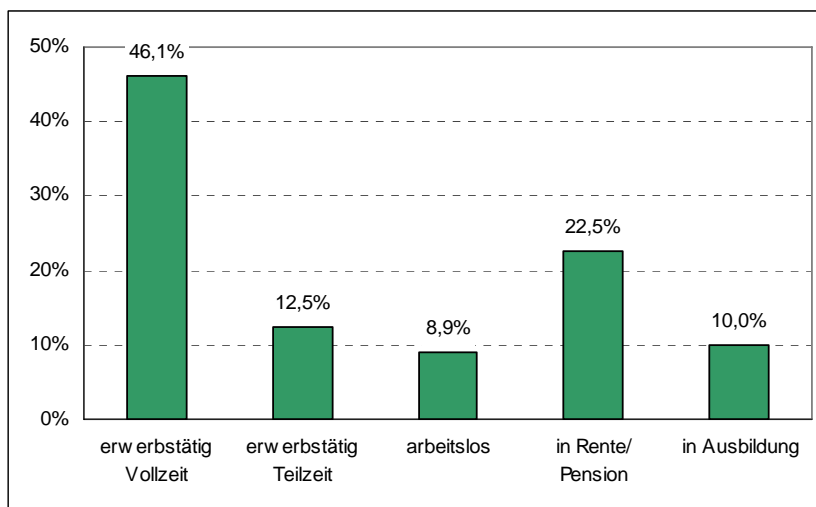
70 % der Befragten leben in Haushalten ohne Kinder unter 18 Jahre, darunter 31 % in Ein-(1-PHH) und 39 % in Mehrpersonenhaushalten (Mehr-PHH). 30 % leben mit ihren Kindern zusammen, darunter 10 % mit kleinen Kindern unter 6 Jahre und 20 % mit älteren Kindern zwischen 6 und 18 Jahren.

Abb. 5.3: Bevölkerungsstichprobe nach Haushaltstyp (Familiensituation)



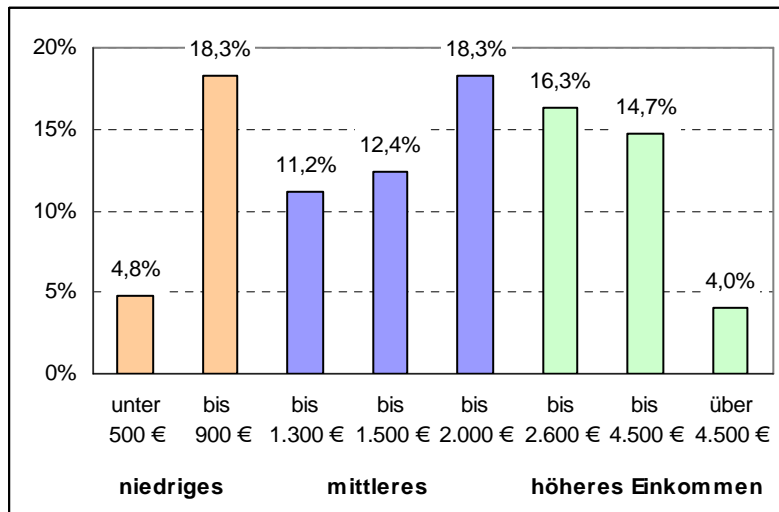
Etwa 59 % gehen einer Erwerbstätigkeit nach, darunter 46 % in Vollzeit und 13 % in Teilzeit. 10 % der Befragten befinden sich in Ausbildung, 23 % in Rente oder Pension, die übrigen 9 % sind arbeitslos.

Abb. 5.4: Bevölkerungsstichprobe nach Erwerbssituation



Wie die Abb. 5.5 zeigt, verfügen 23 % der Befragten über ein niedriges Nettoeinkommen bis 900 € monatlich. Bei 42 % bewegt sich das monatliche Haushaltsnettoeinkommen auf einem mittleren Niveau bis 2.000 €. Die übrigen 35 % haben ein höheres bis hohes monatliches Nettoeinkommen von über 2.000 €.

Abb. 5.5: Bevölkerungsstichprobe nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen

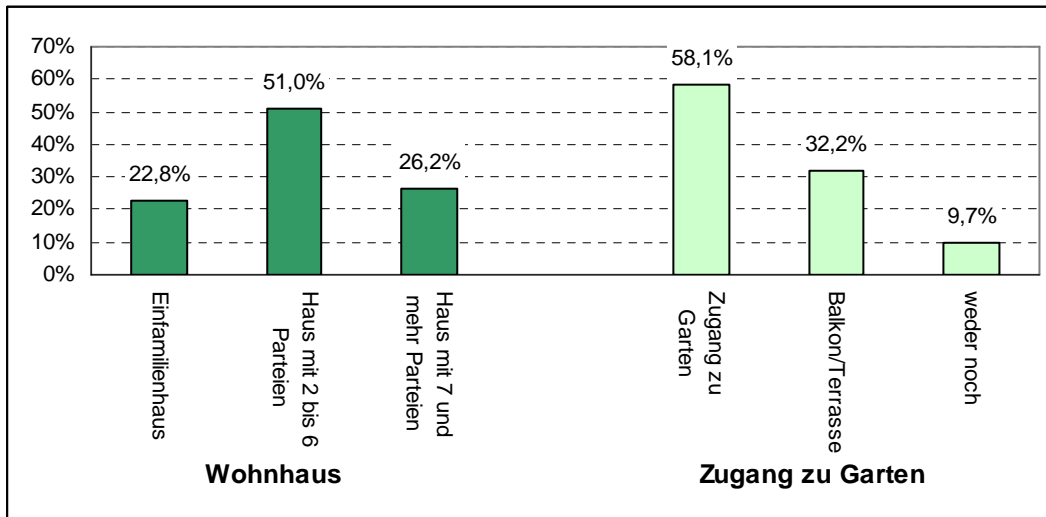


Die Hälfte der Personen (51 %) wohnt in Häusern mit zwei bis sechs Mietparteien, etwas mehr als in Viertel in größeren Wohngebäuden mit sieben und mehr Haushalten. 23 % bewohnen ein Einfamilienhaus. Deutlich mehr als die Hälfte der Befragten (58 %) hat Zugang zu einem privaten Garten.<sup>2</sup> Knapp ein Drittel der Befragten lebt in Wohnungen mit Balkon und/oder Terrasse. Die übrigen 10 % haben weder Zugang zu einem Garten noch verfügen sie über einen Balkon oder eine Terrasse. Dabei besitzen 96 % derjenigen, die in Einfamili-

<sup>2</sup> Der Zugang zu einem Garten wurde als primäres Merkmal zugrunde gelegt, d.h. in dieser Gruppe befinden sich auch Personen, zu deren Wohnungen Balkone oder Terrassen gehören.

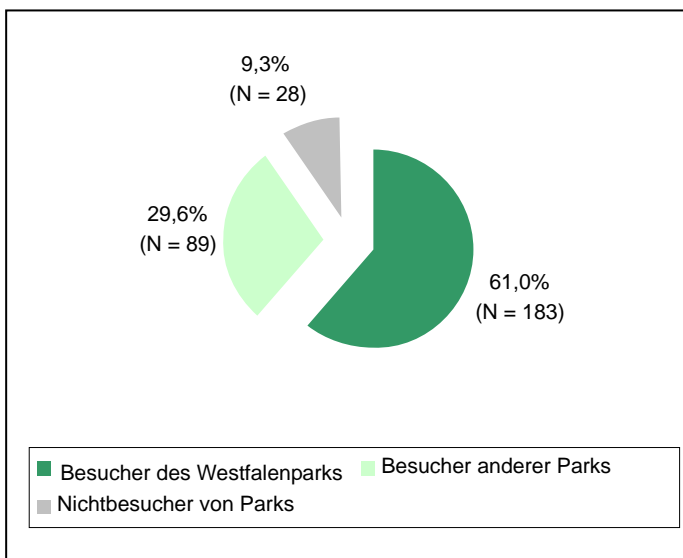
enhäusern leben, einen Garten. Von den Bewohnerinnen und Bewohnern der 2- bis 6-Parteien-Häuser haben 56 % Zugang zu einem Garten. Bei den Haushalten aus 7- und Mehr-Parteienhäusern beträgt dieser Anteil 29 %, hier ist mit 14 % auch der höchste Anteil an Personen zu finden, die weder Zugang zu einem Garten noch zu einem Balkon/einer Terrasse haben.

Abb. 5.6: Bevölkerungsstichprobe nach Wohnform und Zugang zu Garten



Um die Befragten auch entsprechend ihres Parknutzungsverhaltens vergleichen zu können, wurde nach der Besuchshäufigkeit von Parks im Allgemeinen und des Westfalenparks im Besonderen gefragt. Als Grenzkriterium für eine regelmäßige Parknutzung wurde dabei die Angabe gewertet, mindestens zweimal pro Jahr einen Park bzw. den Westfalenpark zu besuchen. So ergeben sich drei relevante Gruppen: regelmäßige Besucher des Westfalenparks, regelmäßige Besucher anderer Parks und unregelmäßige bzw. Nichtbesucher von Parks.

Abb. 5.7: Bevölkerungsstichprobe differenziert nach Parknutzungshäufigkeit





Wie die Abb. 5.7 zeigt, haben diejenigen Befragten, die neben anderen Parks auch den Westfalenpark regelmäßig besuchen, mit 61 % den größten Anteil an der Stichprobe. Die Besucher anderer Parks, aber nicht des Westfalenparks, bilden mit 30 % die zweitgrößte Gruppe. Die Nichtbesucher von Parks haben einen Anteil von 9 %<sup>3</sup>.

Die drei Gruppen sind sich hinsichtlich ihrer soziodemografischen Merkmale relativ ähnlich (siehe Tab. 5.1). Signifikante Unterschiede ließen sich lediglich beim Merkmal Haushaltstyp/Familiensituation ausmachen, wo der Vergleich der Gruppen zeigt, dass der Anteil der Familien mit Kindern bei den regelmäßigen Besucherinnen und Besuchern des Westfalenparks am größten ist. Dies korrespondiert mit dem in dieser Gruppe vergleichsweise höheren Anteil an Befragten in der „Familienphase“ (Befragte im Alter zwischen 30 und 49 Jahren).

Tab. 5.1: Soziodemographische Merkmale der drei Parknutzergruppen (in %)

<b>Merkmal</b>	<b>regelmäßige Besucher des Westfalenparks</b>	<b>regelmäßige Besucher anderer Parks</b>	<b>Nichtbesucher von Parks</b>
<b>Geschlecht</b>			
männlich	48,1	56,2	42,3
weiblich	51,9	43,8	57,7
<b>Altersgruppen</b>			
unter 30 Jahre	21,4	22,5	11,5
30 bis 49 Jahre	46,2	40,4	34,6
50 bis 65 Jahre	19,2	27,0	34,6
über 65 Jahre	13,2	10,1	19,2
<b>Haushaltstyp/Familiensituation</b>			
1-PHH	29,5	31,8	42,3
Mehr-PHH ohne Kinder	34,4	46,6	42,3
Mehr-PHH mit Kind(ern)	36,1	21,6	15,4
<b>Erwerbsstatus</b>			
erwerbstätig Vollzeit	44,2	52,5	41,7
erwerbstätig Teilzeit	13,3	10,0	12,5
arbeitslos	8,5	8,8	12,5
in Rente/Pension	23,0	18,8	29,2
in Ausbildung	10,9	10,0	4,2
<b>Einkommensstatus</b>			
niedriges Haushaltsnettoeinkommen	19,8	28,0	35,3
mittleres Haushaltsnettoeinkommen	41,4	40,0	47,0
höheres bis hohes Haushaltsnettoeinkommen	38,8	32,0	17,6
<b>Wohnform</b>			
Einfamilienhaus	23,1	23,6	20,0
Haus mit 2 bis 6 Parteien	50,0	52,8	52,0
Haus mit 7 und mehr Parteien	26,9	23,6	28,0
<b>Zugang zu Garten</b>			
Zugang zu Garten	57,7	59,1	57,7
Balkon/Terrasse	34,1	27,3	34,6
weder noch	8,2	13,6	7,7

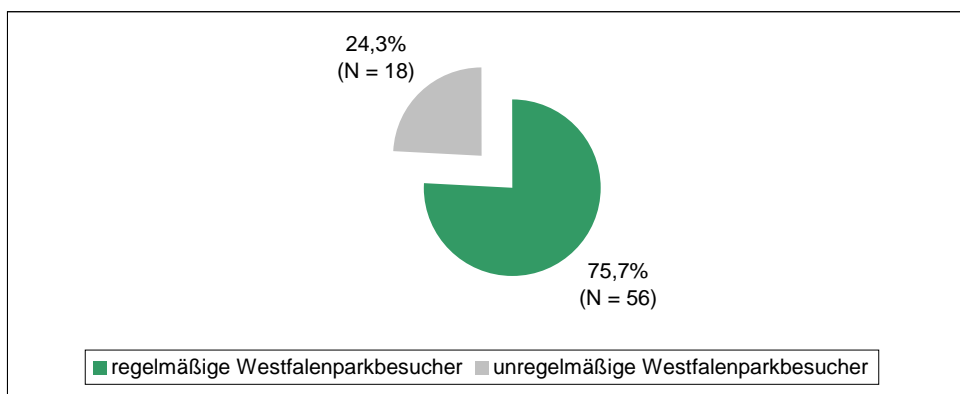
<sup>3</sup> Zu den Nichtbesuchern von Parks wurden auch zwei Befragte gezählt, die keine Angaben zur Häufigkeit ihres Parkbesuchs geben konnten.

### 5.1.2 Zusammensetzung der Stichprobe der Westfalenparkbesucherinnen und -besucher (Onsite-Gruppe)

Während es sich bei der Bevölkerungsstichprobe um einen repräsentativen Querschnitt der Dortmunder Wohnbevölkerung handelt, der zwangsläufig auch Nichtbesucher des Westfalenparks einschließt, wurden in der face to face-Befragung ausschließlich Personen befragt, die zufällig während ihres aktuellen Aufenthaltes im Park angesprochen wurden. Interviewt wurden 46 Frauen und 28 Männer im Alter von 20 bis 85 Jahren.

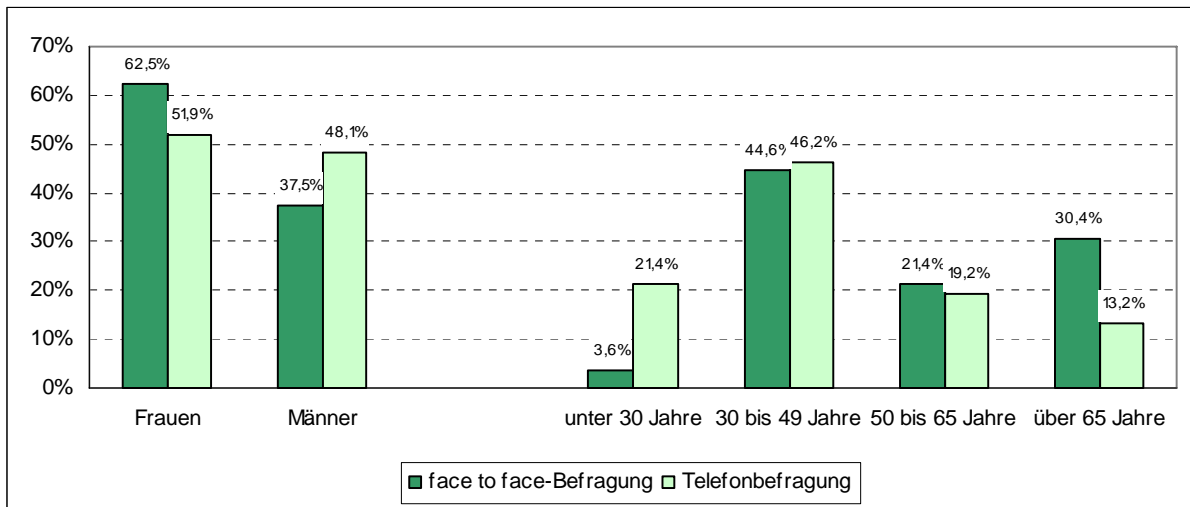
Um Abweichungen in der Stichprobenszusammensetzung der face to face-Befragung zur Telefonbefragung valide festzustellen, war es notwendig, die regelmäßigen von den unregelmäßigen Westfalenparkbesuchern zu trennen. Daher wurde auch bei der Onsite-Gruppe die Angabe, mindestens zweimal pro Jahr den Westfalenpark zu besuchen, als Grenzkriterium gewertet. Danach ergeben sich zwei Gruppen: die regelmäßigen Westfalenparkbesucher mit einem Anteil von 76 % und die unregelmäßigen Westfalenparkbesucher mit einem Anteil von 24 % (siehe Abb. 5.8).

Abb. 5.8: Onsite-Gruppe nach Parknutzungshäufigkeit



Vergleicht man nun die regelmäßigen Westfalenparkbesucher der Offsite-Gruppe (N = 183) mit denen der Onsite-Gruppe (N = 56) ergibt sich folgendes Bild: Die Frauen und die älter als 65-Jährigen sind in der face to face-Befragung deutlich überrepräsentiert, wohingegen die Männer und die unter 30-Jährigen unterrepräsentiert sind (vgl. Abb. 5.9).

Abb. 5.9: Stichprobenvergleich der Merkmale Geschlecht und Alter



Da die im Vergleich zur Telefonbefragung deutlich kleinere Stichprobe mit zum Teil sehr geringen Zellenbesetzungen gegen eine Beibehaltung der Altersgruppen sprach, wurde bei den Auswertungen der face to face-Befragung nur nach zwei Altersgruppen differenziert: unter 50-Jährige und ab 50-Jährige.

Auch beim Merkmal Zugang zu Garten wurde eine andere Gruppenbildung vollzogen. Da die für Dortmund typischen, gemeinschaftlich nutzbaren, begrünten Innenhöfe nur in den face to face-Interviews Berücksichtigung fanden, setzen sich die Gruppen hier wie folgt zusammen: Personen mit Zugang zu einem Garten, Personen mit Zugang zu einer gemeinschaftlich nutzbaren Grünfläche (z. B. begrünte Innenhöfe) und Personen, die nichts dergleichen besitzen<sup>4</sup>.

Die Onsite-Stichprobe setzt sich demnach etwa hälftig aus unter 50-Jährigen und ab 50-Jährigen zusammen (vgl. Tab. 5.2). Es überwiegen die Mehrpersonenhaushalte ohne Kinder, gefolgt von denen mit Kindern und Einpersonenhaushalten. Knapp ein Viertel der Interviewten wohnt in einem Einfamilienhaus, 45 % in einem Haus mit zwei bis sechs Wohnungen, die übrigen 32 % in Häusern mit sieben und mehr Parteien. Zugang zu einem Garten haben 43 % der Befragten, 22 % haben Zugang zu begrünten Innenhöfen, weitere 35 % verfügen über nichts dergleichen. 42 % der Befragten gehen einer Erwerbstätigkeit nach, etwa ähnlich viele sind in Rente oder Pension. 16 % sind nicht erwerbstätig – Hausfrau/Hausmann<sup>5</sup> oder arbeitslos. 14 % der Befragten haben monatlich bis 900 € Haushaltsnettoeinkommen zur Verfügung. Mehr als die Hälfte verfügt über ein mittleres Haushaltsnettoeinkommen zwischen 900 und 2000 €, das verbleibende Drittel über ein höheres bis hohes Einkommen.

<sup>4</sup> Dazu zählen auch Personen, die in Wohnungen mit Balkon oder Terrasse wohnen.

<sup>5</sup> Die Ausprägung „Hausfrau/Hausmann“ wurde auch in der Telefonbefragung abgefragt, traf dort aber nicht zu.

Tab. 5.2: Soziodemographische Merkmale der Onsite-Gruppe gesamt und nach Regelmäßigkeit des Parkbesuchs (in %)

Merkmal	regelmäßige Besucher des Westfalenparks	unregelmäßige Besucher des Westfalenparks	gesamt
<b>Geschlecht</b>			
männlich	37,5	38,9	37,8
weiblich	62,5	61,1	62,2
<b>Altersgruppen</b>			
unter 50 Jahre	48,2	66,7	52,7
ab 50 Jahre	51,2	33,3	47,3
<b>Haushaltstyp/Familiensituation</b>			
1-PHH	33,9	5,9	27,4
Mehr-PHH ohne Kinder	39,3	52,9	42,5
Mehr-PHH mit Kind(ern)	26,8	41,2	30,1
<b>Erwerbsstatus</b>			
erwerbstätig Vollzeit	25,5	27,8	26,0
erwerbstätig Teilzeit	12,7	27,8	16,4
arbeitslos	1,8	5,6	2,7
in Rente/Pension	43,6	27,8	39,7
in Ausbildung	-	1,4	1,4
Hausfrau/Hausmann	16,4	5,6	13,7
<b>Einkommensstatus</b>			
niedriges Haushaltsnettoeinkommen	18,2	-	13,8
mittleres Haushaltsnettoeinkommen	50,0	64,3	53,4
höheres bis hohes Haushaltsnettoeinkommen	31,8	35,7	32,8
<b>Wohnform</b>			
Einfamilienhaus	21,8	27,8	23,3
Haus mit 2 bis 6 Parteien	47,3	38,9	45,2
Haus mit 7 und mehr Parteien	30,9	33,3	31,5
<b>Zugang zu Garten</b>			
Zugang zu Garten	39,3	55,6	43,2
begrünter Innenhof	21,4	22,2	21,6
weder Garten noch begrünter Innenhof	39,3	22,2	35,1

58 % der im Westfalenpark Angetroffenen wohnen direkt in Dortmund, die Übrigen stammen aus dem näheren und weiteren Umland. Erwartungsgemäß finden sich unter den regelmäßigen Westfalenparkbesuchern mehr Dortmunderinnen und Dortmunder. Die unregelmäßigen Westfalenparkbesucher wohnen dagegen häufiger weiter entfernt.

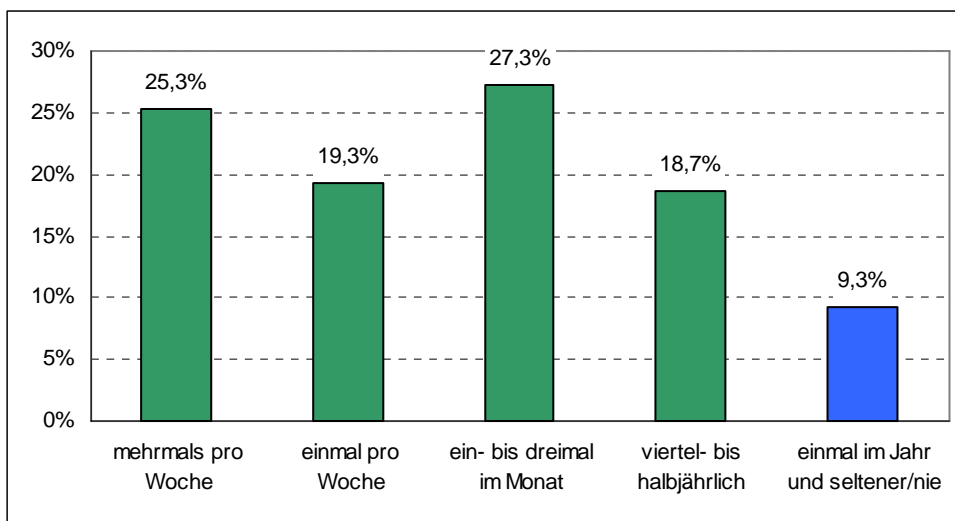
In Folge der genannten Besonderheiten der face to face-Stichprobe stehen die Ergebnisse der repräsentativen Bevölkerungsbefragung im Zentrum der weiteren Auswertungen. Die Erkenntnisse aus den face to face-Interviews mit den aktuellen Westfalenparkbesucherinnen und -besuchern haben in diesem Zusammenhang ergänzenden Charakter und sind den einzelnen Kapiteln jeweils in gesondert aufgeführten Unterabschnitten zugeordnet.

## 5.2 Häufigkeit, Zeiten und Anlässe des Parkbesuchs

### 5.2.1 Häufigkeit, Zeiten und Anlässe für den Parkbesuch allgemein

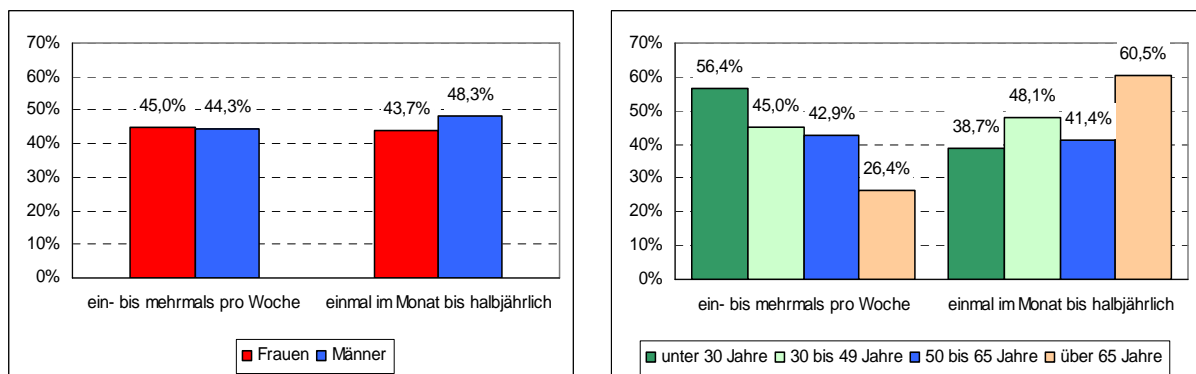
Wie bereits bei der Bildung der Parknutzertypen beschrieben, gaben 91 % der Dortmunder Bürgerinnen und Bürger an, mindestens zweimal im Jahr Parks zu besuchen – davon knapp die Hälfte der Befragten sehr häufig, nämlich einmal bis mehrmals pro Woche. Weitere 27 % gehen ein- bis dreimal monatlich in Parks, die übrigen 19 % viertel- bis halbjährlich.

Abb. 5.10: Häufigkeit von Parkbesuchen allgemein



Zwischen Männern und Frauen ließen sich in dieser Hinsicht keine Unterschiede feststellen. Wie die Abb. 5.11 aber ebenfalls zeigt, besuchen jüngere Befragte Parks tendenziell in kürzeren Zeitabständen als ältere Befragte.

Abb. 5.11: Häufigkeit von Parkbesuchen allgemein nach Geschlecht und Altersgruppen



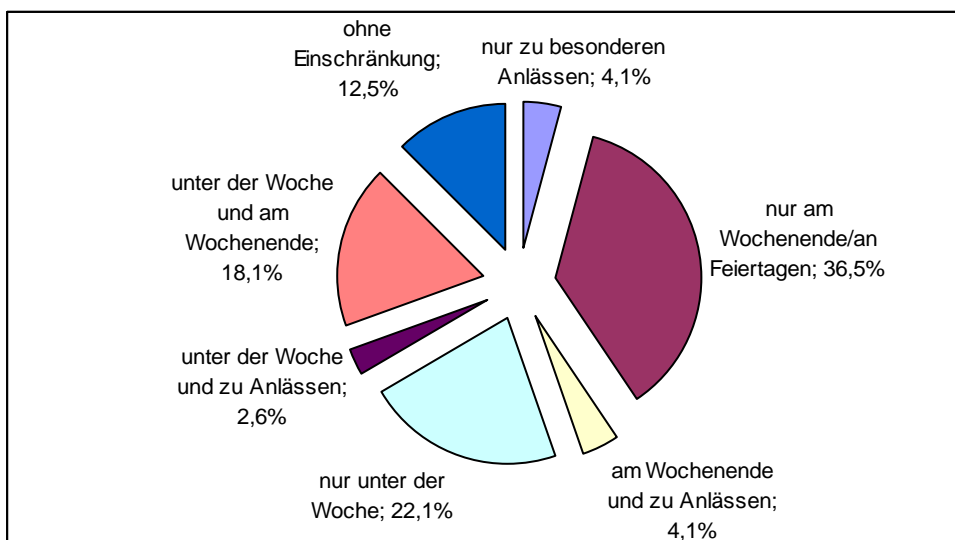
Die Familiensituation, der Zugang zu einem privaten Garten und die Erwerbssituation haben keinen Einfluss auf die Besuchshäufigkeit von Parks, hier bestehen keine nennenswerten Unterschiede. Auch die differenzierte Betrachtung derjenigen, die neben anderen Parks auch

den Westfalenpark aufsuchen, und derjenigen, die nur andere Parks aufsuchen, liefert nur minimale Unterschiede.

In diesem Zusammenhang war ferner von Interesse, ob die Befragten Parks eher unter der Woche, am Wochenende/an Feiertagen oder zu besonderen Anlässen aufsuchen.

Wie Abb. 5.12 zeigt, werden Parks häufig nur am Wochenende und an Feiertagen (37 %) oder nur unter der Woche (22 %) besucht. 18 % der Befragten nutzen sowohl die Woche als auch die Wochenenden für ihre Besuche. Knapp 13 % der Interviewten besuchen Parks ohne Einschränkung der Wochentage, also unter der Woche, an Wochenenden und zu besonderen Anlässen.

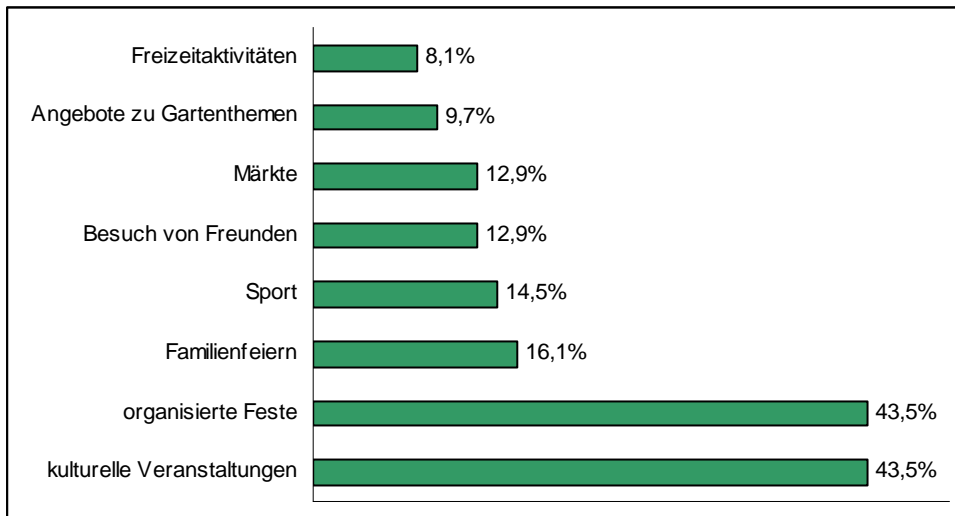
Abb. 5.12: Zeiten der Parkbesuche



Während das Geschlecht wiederum keinen Einfluss auf die Nutzungsgewohnheiten von Parks hat, gaben die beiden jüngeren Altersgruppen überdurchschnittlich häufiger an, Parks nur am Wochenende und an Feiertagen aufzusuchen (41 bzw. 40 %), wohingegen die über 65-Jährigen öfter nur unter der Woche in Parks anzutreffen sind (42 %). Darin spiegelt sich auch die Familien- und Erwerbssituation wider: 53 % der Befragten mit Kindern besuchen Parks ausschließlich am Wochenende, Singles und Haushalte ohne Kinder sind dahingegen flexibler. Erstgenanntes trifft ebenso auf Vollzeit Erwerbstätige (41 %) im Vergleich zu den übrigen Gruppen zu.

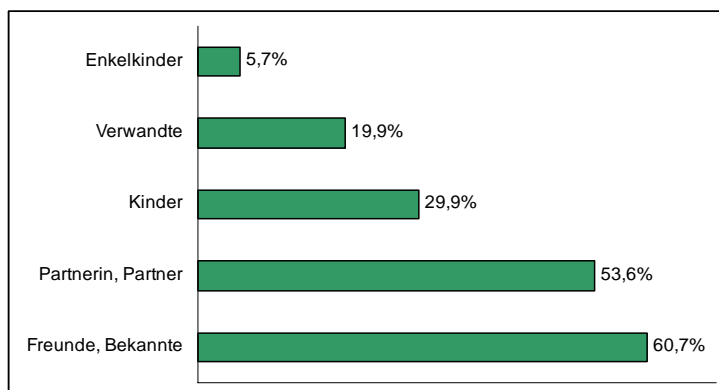
23 % der Befragten gaben an, Parks (auch) bei besonderen Anlässen zu besuchen. Wie die Abb. 5.13 zeigt, gehören dazu vornehmlich kulturelle Veranstaltungen und organisierte Feste, aber auch Familienfeiern, Sportangebote oder -veranstaltungen, der Besuch von Freunden, stattfindende Märkte (z. B. Trödelmärkte) oder Angebote zu Gartenthemen wie bspw. Führungen oder Gartenausstellungen. Grillen oder private Partys als Freizeitaktivitäten wurden hier ebenfalls häufiger genannt.

Abb. 5.13: Anlässe für den Parkbesuch allgemein  
(Mehrfachantworten, Nennungen über 5 % der Befragten)



Nur 21 % der Dortmunderinnen und Dortmunder suchen Parks alleine auf. Knapp vier Fünftel besuchen Parks in Begleitung – dabei, wie die Abb. 5.14 zeigt, vornehmlich mit Freunden und Bekannten, der Partnerin/dem Partner, Verwandten und den Kindern oder Enkelkindern.

Abb. 5.14: Begleitpersonen bei Parkbesuchen (Mehrfachantworten)



Aus diesen Ergebnissen lässt sich schließen, dass Parks von den Dortmunderinnen und Dortmundern häufig aufgesucht werden – und zwar unabhängig davon, welchen Geschlechts und Alters die Befragten sind, welcher Tätigkeit sie nachgehen, ob sie alleine leben oder Kinder haben und ob sie private Gärten nutzen können oder nicht. Unterschiedlich sind lediglich die Zeiten der Besuche: So nutzen Jüngere, Familien mit Kindern und Erwerbstätige vornehmlich die Wochenenden und Feiertage für ihre Parkbesuche, während ältere Personen im Ruhestand aufgrund ihrer größeren zeitlichen Flexibilität häufig die übrigen Wochentage bevorzugen.

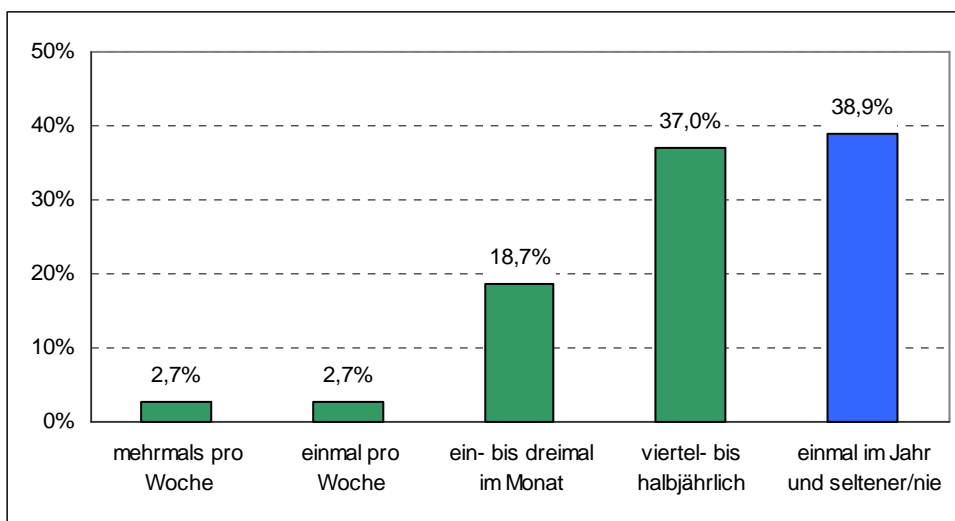
Gleichzeitig wird deutlich, dass Parks weniger allein, sondern eher in Begleitung besucht werden. Dies wird auch daran deutlich, dass Familienfeiern und der Besuch von Freunden als besondere Gelegenheiten für den Parkbesuch benannt werden. Darüber hinaus dienen

verschiedene Attraktionen wie kulturelle Veranstaltungen und organisierte Feste aber auch Angebote zu Gartenthemen als Anreize für einen Parkbesuch.

## 5.2.2 Häufigkeit, Zeiten und Anlässe für den Besuch des Westfalenparks

Bezogen auf die Besucher des Westfalenparks stellt sich die Besuchsfrequenz wie folgt dar: Von denjenigen 61 % der Dortmunderinnen und Dortmunder, die angegeben hatten, auch den Westfalenpark zu besuchen, suchen ihn 5 % sehr häufig (ein- bis mehrmals pro Woche), 19 % ein- bis dreimal pro Woche und 37 % viertel- bis halbjährlich auf.

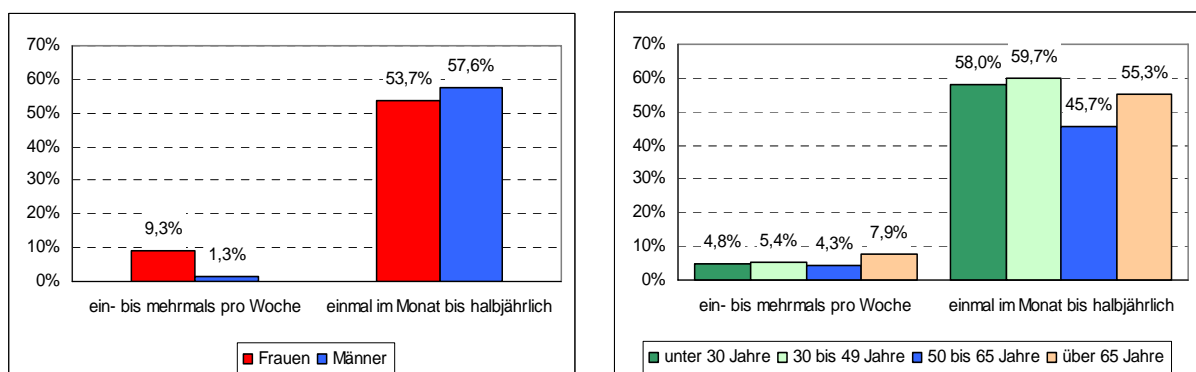
Abb. 5.15: Häufigkeit des Westfalenparkbesuchs



Damit wird der Westfalenpark insgesamt betrachtet seltener frequentiert als Parks im Allgemeinen, was jedoch wenig verwunderlich ist, denn die Befragten suchen neben dem Westfalenpark auch andere Dortmunder Parkanlagen auf (siehe vorheriges Kap. 5.2.1).

Männer besuchen den Westfalenpark tendenziell in größeren Zeitabschnitten als Frauen. Gleiches gilt im Vergleich der Älteren und Jüngeren.

Abb. 5.16: Häufigkeit des Westfalenparkbesuchs nach Geschlecht und Altersgruppen



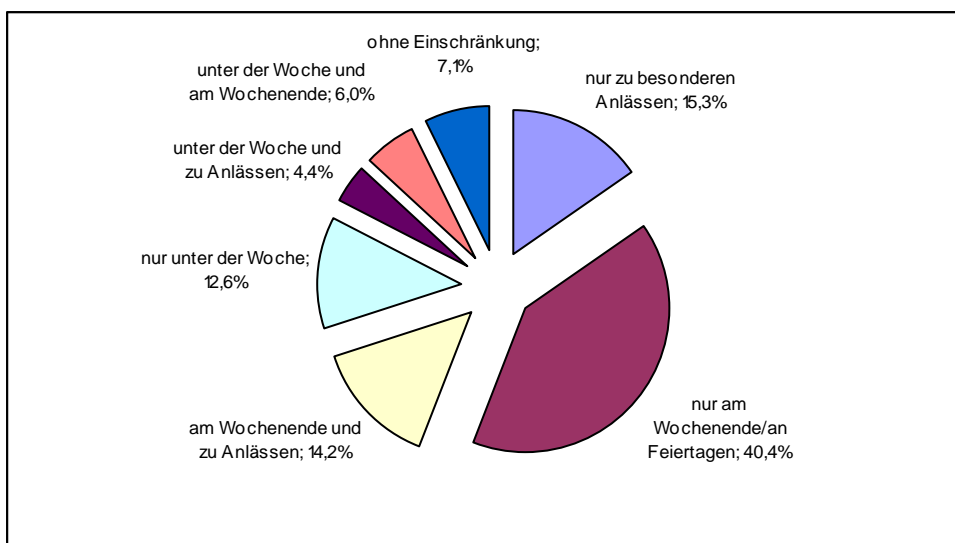


Familien mit Kindern besuchen den Westfalenpark häufiger als Singles oder Mehrpersonenhaushalte ohne Kinder nur viertel- bis halbjährlich (42 % im Vergleich zu 33 bzw. 37 %). Das Merkmal Zugang zu einem Garten hat dagegen keinen Einfluss auf die Nutzungsfrequenz.

Die überwiegende Mehrheit der Befragten (78 %) besucht den Westfalenpark vorwiegend in der wärmeren Jahreszeit, das übrige Fünftel kommt ganzjährig in den Park.

Ferner wurde auch den Westfalenparkbesuchern die Frage gestellt, ob sie den Park eher unter der Woche, am Wochenende und/oder zu besonderen Anlässen besuchen.

Abb. 5.17: Zeiten der Westfalenparkbesuche

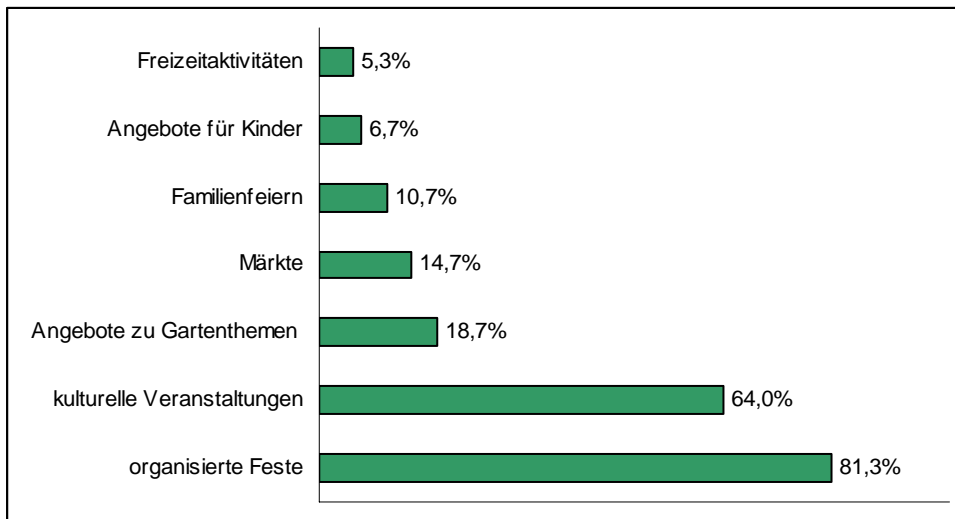


Wie die Abb. 5.17 zeigt, sind Wochenenden und Feiertage für 40 % der Befragten die favorisierten Zeiten, in denen der Westfalenpark besucht wird. 15 % der Interviewten gaben an, den Park nur zu besonderen Anlässen aufzusuchen. Etwa ähnlich Viele (14 %) nutzen Wochenenden und besondere Anlässe für einen Besuch des Westfalenparks. Weitere 13 % besuchen den Park nur unter der Woche.

Während sich Männer und Frauen diesbezüglich ähneln, bestehen zwischen den Altersgruppen signifikante Unterschiede. Die unter 30-Jährigen besuchen den Westfalenpark überdurchschnittlich häufiger nur an Wochenenden und Feiertagen (54 %), Personen im Rentenalter dagegen öfter nur unter der Woche (39 %). Die Wochenenden stellen ebenfalls eine Präferenz der Haushalte mit Kindern dar (49 %).

41 % der Interviewten hatten angegeben, den Westfalenpark (auch) bei besonderen Anlässen zu besuchen. Dabei handelt es sich vor allem um Besuche von organisierten Festen, insbesondere auch des Lichterfestes (Einzelnennung 43 %), und kulturellen Veranstaltungen wie z. B. Konzerten und Festivals. Gartenthemen wie bspw. die Rosenblüte locken 19 % der Befragten in den Westfalenpark, 15 % kommen der Trödelmärkte wegen. Private Anlässe sind zudem Familienfeiern, das Spielen mit den Kindern und weitere, nicht näher spezifizierte private Freizeitaktivitäten.

Abb. 5.18: Anlässe für den Besuch des Westfalenparks  
(Mehrfachantworten, Nennungen über 5 % der Befragten)

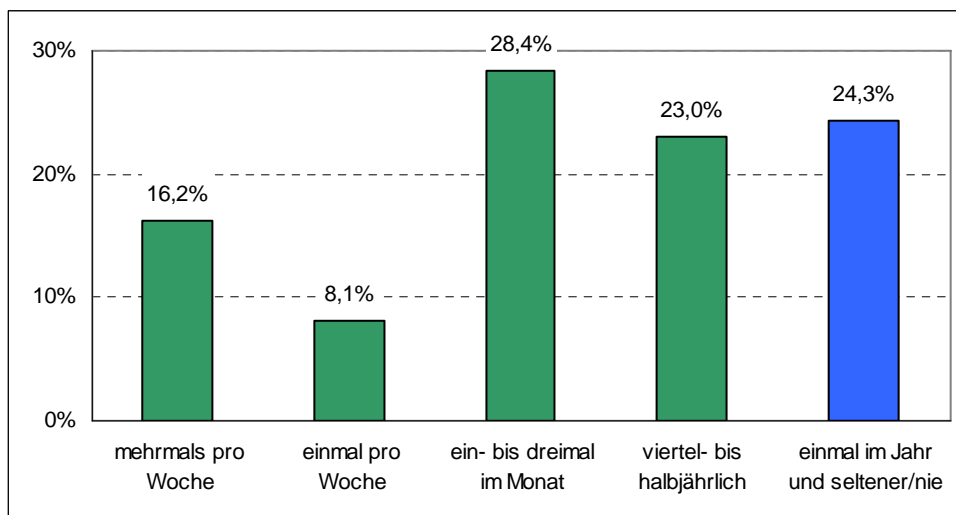


### 5.2.3 Ergebnisse aus der face to face-Befragung

#### *Häufigkeit, Zeiten und Anlässe des Westfalenparkbesuchs*

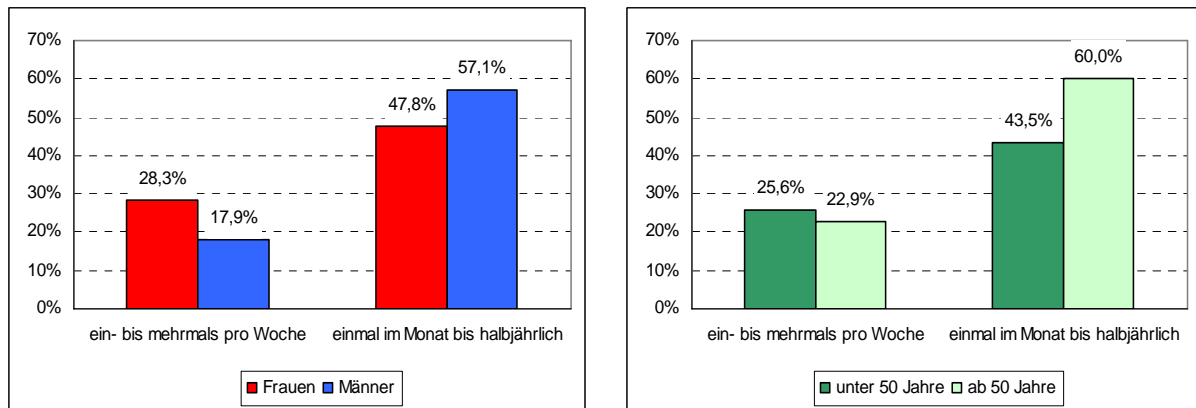
Auch die persönlich im Westfalenpark Befragten, wurden gebeten anzugeben, wie häufig sie ihn besuchen. Von denjenigen 76 % der Interviewten, die angegeben hatten, den Westfalenpark mindestens zweimal im Jahr zu besuchen, suchen ihn 24 % sehr häufig (ein- bis mehrmals pro Woche), 28 % ein- bis dreimal im Monat und 23 % viertel- bis halbjährlich auf. Damit ist der Anteil derjenigen, die oft in den Westfalenpark kommen, im Vergleich zur Wohnbevölkerung deutlich höher (vgl. Abb. 5.15 oben).

Abb. 5.19: Häufigkeit des Westfalenparkbesuchs



Die Differenzierung nach Gruppen ergab ähnliche Ergebnisse wie die Bevölkerungsstichprobe: Frauen besuchen den Park tendenziell in kürzeren Zeitabständen als Männer. Über 50-Jährige, die – wie bereits in Kap. 5.1.2 festgestellt wurde – in der vorliegenden Stichprobe überrepräsentiert sind, kommen vornehmlich monatlich bis halbjährlich in den Westfalenpark.

Abb. 5.20: Häufigkeit des Westfalenparkbesuchs nach Geschlecht und Altersgruppen



Haushalte ohne Kinder und solche, die weder Zugang zu einem privaten Garten noch zu gemeinschaftlich nutzbaren Grünflächen in den Innenhöfen haben, frequentieren den Park ebenfalls öfter als die übrigen Befragten.

Wie in der Bevölkerungsstichprobe wurden die Vor-Ort-Interviewten auch danach gefragt, in welchen Jahreszeiten sie den Westfalenpark aufsuchen und warum<sup>6</sup>. 38 % der Befragten kommen ganzjährig in den Park, 22 % meiden nur den Winter, 18 % suchen den Park nur im Sommer auf und weitere 10 % favorisieren Sommer und Herbst. Die verbleibenden 12 % gaben verschiedene Kombinationen, aber immer ohne den Winter an.

Die im Vergleich zur Telefonbefragung auch hier deutlich werdende Präferenz für die wärmeren Jahreszeiten begründeten die Befragten mit dem Erleben von Grün und blühenden Pflanzen (23 %) und schönem Wetter (14 %). Mit den Kindern draußen zu Sein gaben 18 % an, dabei insbesondere auch diejenigen Befragten, die das ganze Jahr über kommen oder nur den Winter aussparen.

Auch bei den im Westfalenpark Angetroffenen sind Wochenenden und Feiertage die beliebtesten Tage für einen Besuch des Westfalenparks. Von den 22 % der Befragten, die angegeben hatten, den Park (auch) zu besonderen Anlässen aufzusuchen, rangierten organisierte Feste und kulturelle Veranstaltungen – wie auch in der Bevölkerungsstichprobe – bei den Gründen ganz vorn.

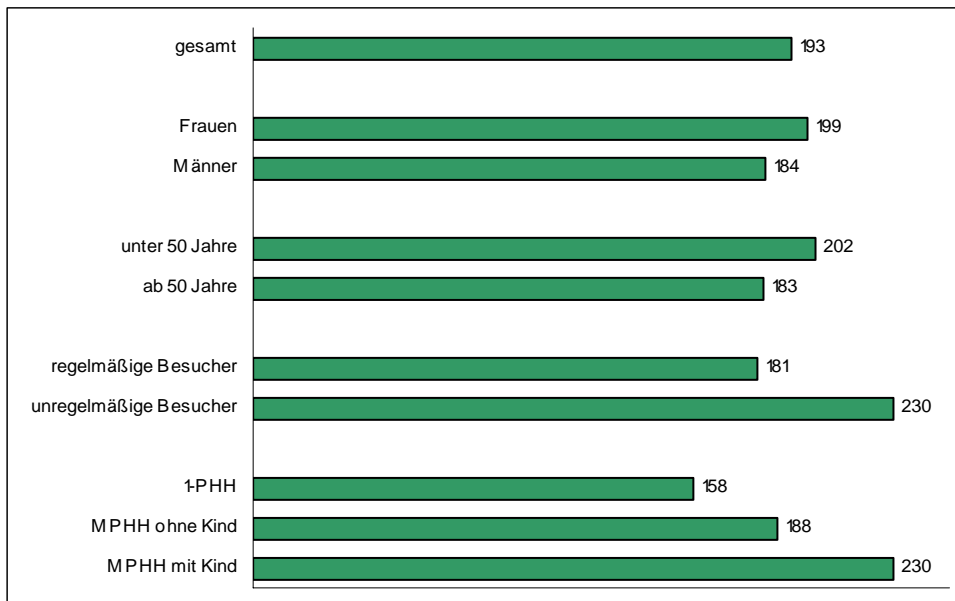
Ebenfalls ähnlich ist das Ergebnis, dass 88 % der Befragten den Westfalenpark nicht allein, sondern in Begleitung vor allem ihrer Partner, Freunde, Verwandten, Kinder und Enkelkinder aufsuchen.

<sup>6</sup> Abweichend zur geschlossenen Fragestellung in der Telefonbefragung wurde hier offen gefragt.

## Aufenthaltsdauer im Westfalenpark

Abweichend zur Telefonbefragung wurde in den face to face-Interviews zusätzlich die Frage gestellt, wie lange sich die Befragten für gewöhnlich im Park aufhalten. Dabei reichten die Angaben von einer Stunde bis sechs Stunden. Im Mittel verbringen die Befragten bei ihren Besuchen etwa 3,2 Stunden im Westfalenpark.

Abb. 5.21: Aufenthaltsdauer im Westfalenpark in Minuten, Mittelwerte



Während die Angaben von Frauen und Männern sowie der beiden Altersgruppen kaum divergieren, ließen sich im Hinblick auf die Familiensituation und die Regelmäßigkeit des Parkbesuchs signifikante Unterschiede feststellen. Familien mit Kindern und Personen, die nur selten in den Westfalenpark kommen, halten sich dort für gewöhnlich länger auf.

Wie die Ergebnisse beider Befragungen zeigen, ist der Westfalenpark ein Ausflugsziel, das vor allem am Wochenende und in der wärmeren Jahreszeit besucht wird. Dafür spricht auch, dass diejenigen Befragten (vor allem auch Familien mit Kindern), die seltener kommen, dort in der Regel mehr Zeit verbringen. Außerdem wird der Westfalenpark aufgrund seiner vielfältigen kulturellen Veranstaltungen und Feste geschätzt.

Knapp ein Fünftel der telefonisch befragten Dortmunderinnen und Dortmunder hebt in diesem Zusammenhang die verschiedenen Angebote zu Gartenthemen als Anlass für einen Besuch des Westfalenparks hervor, was hier eine stärkere Betonung erfährt als bei Parks im Allgemeinen. Die Umgestaltung des Westfalenparks in einen Nachhaltigen Stadtpark, die insbesondere auch ein Mehr an Pflanzenattraktionen in allen Jahreszeiten beinhaltet, kann für den Park einen Attraktivitätsgewinn in der kälteren Jahreszeit und für solche Zielgruppen bedeuten, die bereits jetzt ein großes Interesse an Gartenthemen äußern.

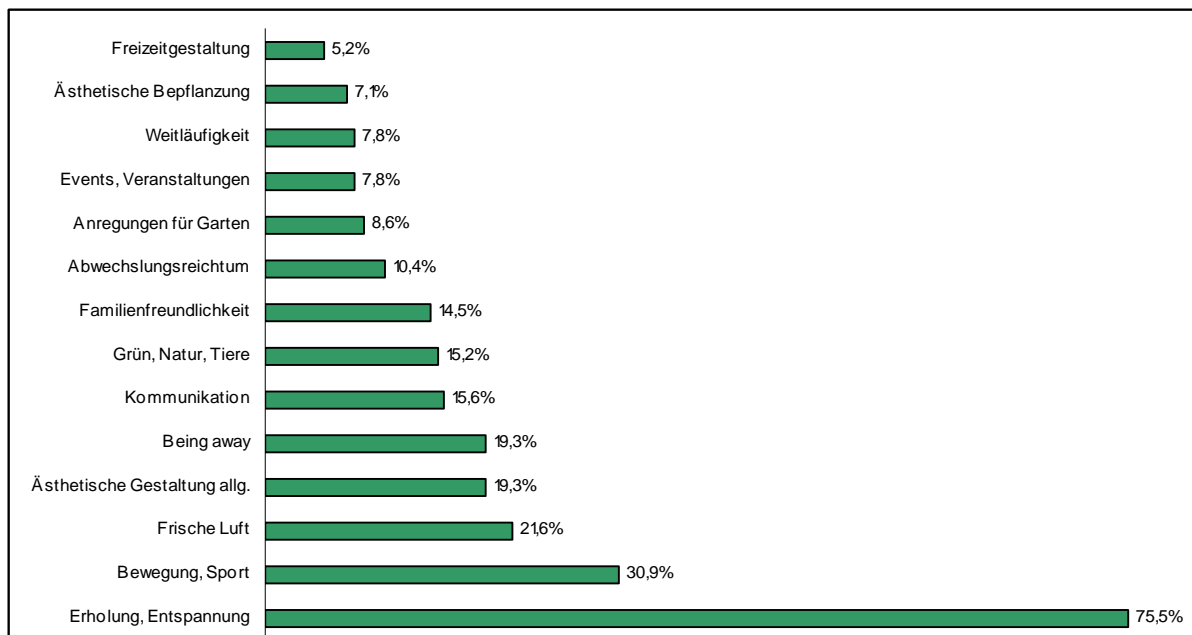
## 5.3 Bedürfnisse und Gründe für den Parkbesuch

### 5.3.1 Gründe für den Parkbesuch allgemein

In der Bevölkerungstichprobe wurde allen regelmäßigen Parkbesucherinnen und -besuchern<sup>7</sup> offen die Frage nach den drei wichtigsten Gründen für ihre Parkbesuche gestellt.

Die Bedürfnisse, die Parks erfüllen, sind vielfältig. Wie Abb. 5.22 zeigt, suchen drei Viertel der Befragten Parks auf, um Erholung, Entspannung und Ruhe zu finden. Knapp ein Drittel der Interviewten nutzt den Park aktiv, um sich körperlich zu bewegen oder Sport zu treiben. Jeder Fünfte genießt die frische Luft und das Gefühl, mal draußen und weg vom Alltag zu sein (Being away), oder erfreut sich an der schönen Gestaltung der Parkanlage. 16 % der Befragten erleben den Park als einen Ort der Kommunikation, wo man Menschen treffen und sich unterhalten kann. Etwa ähnlich viele gaben an, im Grünen zu sein, sich der Natur nahe zu fühlen oder sich im Park mit ihren Kindern zu beschäftigen. Jeder Zehnte schätzt den Abwechslungsreichtum und die Erlebnisqualität von Parks. Darüber hinaus haben Parks auch ganz spezifische Funktionen wie etwa die Möglichkeit, Anregungen für den eigenen Garten zu erhalten oder gezielt besondere Bepflanzungen zu betrachten. Organisierte Events und Veranstaltungen stellen ebenfalls ein Motiv für Parkbesuche dar. Ferner wird die Weitläufigkeit von Parks angesichts der Beengtheit von Städten als angenehm empfunden oder die Möglichkeit, dort mit Freunden zu picknicken, zu grillen und Freizeit zu verbringen.

Abb. 5.22: Gründe für den Parkbesuch allgemein  
(Mehrfachantworten, Nennungen über 5 % der Befragten)



<sup>7</sup> sowohl regelmäßige Westfalenparkbesucher als auch Besucher anderer Parks (N = 272)

Die Motive von Frauen unterscheiden sich nicht von denen der Männer. Auch im Vergleich der Altersgruppen zeigen sich nur geringe Unterschiede (vgl. Tab. 5.3): Die jüngste Altersgruppe nutzt den Park überdurchschnittlich häufiger für Sport und Bewegung und als Ort der Kommunikation. Die 30- bis 49-Jährigen streichen deutlicher als die übrigen Gruppen die Familien- und Kinderfreundlichkeit von Parks heraus. Die älteren Gruppen erhoffen sich durch den Parkbesuch Anregungen für den eigenen Garten und erfreuen sich an der ästhetischen Gestaltung der Parkanlage, was bei den Jüngeren keinen oder nur einen geringeren Stellenwert hat. Die über 65-Jährigen interessieren sich im Besonderen für die ästhetische Bepflanzung. Für sie spielt auch das draußen und an der frischen Luft Sein eine größere Rolle als bei den Jüngeren.

Tab. 5.3: Gründe für den Parkbesuch nach Altersgruppen in Prozent  
(Mehrfachantworten, Nennungen über 10 % der Befragten)

Gründe	unter 30 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 bis 65 Jahre	über 65 Jahre
Erholung, Entspannung	69,0	79,8	79,3	63,6
Bewegung, Sport	37,9	30,3	24,1	33,3
Frische Luft	15,5	22,7	19,0	33,3
Ästhetische Gestaltung allg.	15,5	17,6	24,1	24,2
Being away	17,2	17,6	20,7	27,3
Kommunikation	25,9	13,4	5,2	21,2
Familienfreundlichkeit	15,5	22,7	5,2	-
Weitläufigkeit	12,1	8,4	3,4	6,1
Abwechslungsreichtum	10,3	11,8	10,3	-
Grün, Natur, Tiere	8,6	17,6	12,1	24,2
Anregungen für Garten	-	7,6	15,5	15,2
Ästhetische Bepflanzung	1,7	3,4	8,6	27,3

Erwartungsgemäß sind es die Familien mit Kindern, die die Familienfreundlichkeit von Parks herausstellen (vgl. Tab. 5.4). Vor allem die Familien mit kleinen Kindern unter 6 Jahren sehen die besondere Eignung von Parks zum Spielen und für Unternehmungen mit Kindern als Hauptmotiv für deren Nutzung an. Von einem Viertel dieser Gruppe werden darüber hinaus die sicherlich damit in Zusammenhang stehenden Kommunikationsmöglichkeiten hervorgehoben. Familien mit älteren Kindern begründen ihren Parkbesuch zwar häufig auch mit der Familienfreundlichkeit, hier werden aber die Möglichkeiten für Sport und Bewegung wichtiger. Organisierte Events und Veranstaltungen finden bei beiden Gruppen mit Kindern im Haushalt eher Anklang als bei kinderlosen Haushalten.

Singles und Haushalte ohne Kinder suchen Parks vornehmlich zu Erholungszwecken auf. Dabei spielen insbesondere das an der frischen Luft und draußen Sein (Being away) sowie Bewegung und Sport eine größere Rolle. In beiden Gruppen ist das Interesse an einer ansprechenden Bepflanzung und an Anregungen für den eigenen Garten ausgeprägter als bei den Familien mit Kindern.

Tab. 5.4: Gründe für den Parkbesuch nach Familiensituation in Prozent (Mehrfachantworten, Nennungen über 10 % der Befragten)

Gründe	1-PHH	MPHH ohne Kind	MPHH mit Kindern unter 6 Jahre	MPHH mit Kindern über 6 Jahre
Erholung, Entspannung	73,2	85,3	53,6	73,2
Bewegung, Sport	34,1	28,4	14,3	39,3
Frische Luft	29,3	18,6	25,0	14,3
Ästhetische Gestaltung allg.	18,3	20,6	17,9	17,9
Being away	25,6	19,6	14,3	12,5
Kommunikation	19,5	12,7	25,0	10,7
Familienfreundlichkeit	1,2	2,9	64,3	30,4
Weitläufigkeit	11,0	4,9	3,6	10,7
Abwechslungsreichtum	6,1	8,8	14,3	17,9
Grün, Natur, Tiere	19,5	12,7	21,4	10,7
Anregungen für Garten	6,1	13,7	7,1	3,6
Ästhetische Bepflanzung	9,8	8,8	-	3,6
Events, Veranstaltungen	4,9	7,8	10,7	10,7
Freizeitgestaltung	4,9	2,9	3,6	10,7

Die Motive von Personen, die Zugang zu einem privaten Garten haben, unterscheiden sich kaum von den Antworten der übrigen Befragten. Tendenziell sind sie eher an Gartenthemen und Anregungen interessiert als die übrigen Befragten. Diejenigen Befragten, die weder Garten noch Balkon oder Terrasse besitzen, gaben zu 96 % an, Parks wegen ihres Erholungswertes zu besuchen. Dieser Anteil ist bei den Gartennutzern mit 78 % geringer.

Aus diesen Ergebnissen ist ersichtlich, welche Bedürfnisfülle Parks befriedigen können. Die jeweiligen Präferenzen der Nutzerinnen und Nutzer sind verschieden – gerade auch dann, wenn kleinere Kinder zu betreuen sind. Parkbesuche werden generell in höchstem Maße als erholsam und entspannend angesehen, wobei sich die Erholungswirkung in verschiedenen Facetten äußert. Dazu gehören das entfernt sein vom Alltag an der frischen Luft, umgeben von Grün, Natur und Tieren, das Erleben von Weitläufigkeit, aber auch abwechslungsreiche Anregungen durch die attraktive Gestaltung, verschiedene Angebote und das Antreffen anderer Menschen.

### 5.3.2 Motive für den Besuch des Westfalenparks

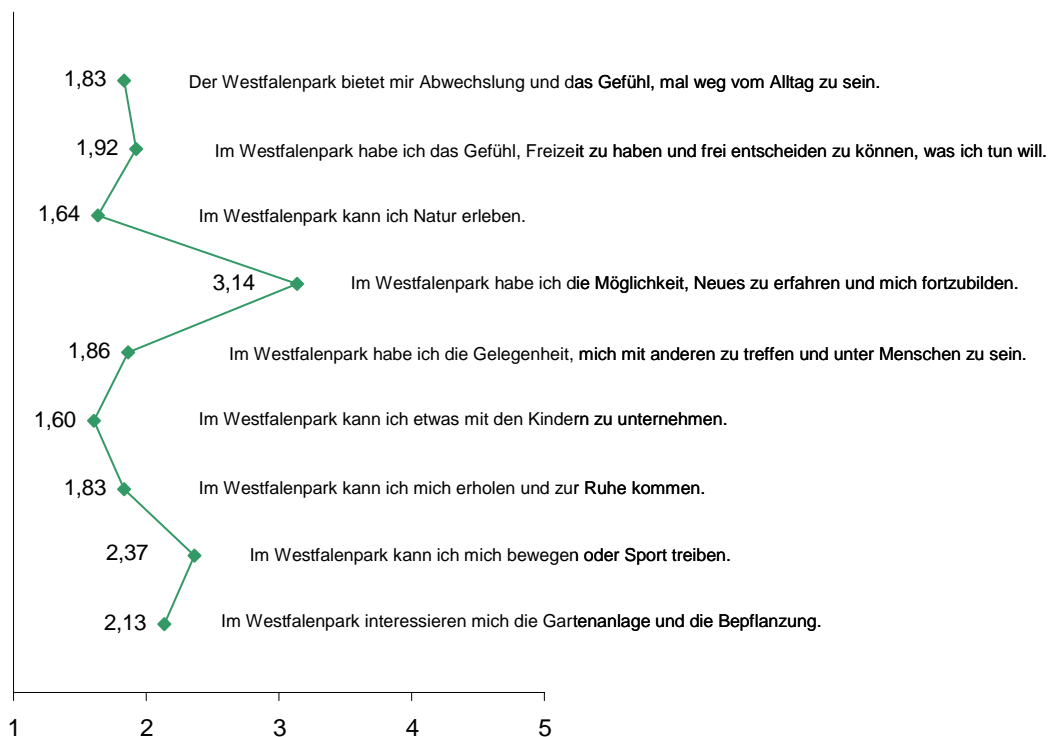
Bei den im vorherigen Abschnitt genannten Gründen für den Parkbesuch stimmten die telefonisch befragten Besucher des Westfalenparks und die Besucher anderer Parks in ihrem Antwortverhalten weitgehend überein. Parks – unabhängig davon, an welche genau zum Zeitpunkt der Befragung gedacht wurde – werden in unterschiedlicher Weise genutzt und dienen verschiedenen Zwecken. Von Interesse war es daher in diesem Zusammenhang zu erfahren, welche Bedürfnisse ganz speziell der Westfalenpark erfüllt und was den Besucherinnen und Besuchern an ihm besonders gut gefällt.

Die Bedürfniserfüllung im Einzelnen wurde mittels formulierten Aussagen abgefragt, denen die Interviewten anhand einer fünfstufigen Skala zustimmen sollten, wobei die 1 (= stimme voll und ganz zu) den besten und die 5 (= stimme gar nicht zu) den schlechtesten Wert repräsentierte.

Insgesamt betrachtet antworteten die Befragten überwiegend positiv (siehe Abb. 5.23). Besonders hohe Zustimmungen erhielten die Aussagen, dass man im Westfalenpark etwas mit den Kindern unternehmen und Natur erleben kann. Erholung und Ruhe, aber auch Abwechslung und das Gefühl, mal weg vom Alltag zu sein, bietet der Park in den Augen seiner Besucher ebenfalls. Auch der Besuch des Westfalenparks als Gelegenheit, sich mit anderen Menschen zu treffen, wird deutlich zustimmend bewertet. Darüber hinaus erfüllt der Westfalenpark offensichtlich gut das Bedürfnis, Freizeit zu haben und frei entscheiden zu können, was man tun will.

Kritischer – wenngleich immer noch im positivem Bereich – wurden das Interesse an der Gartenanlage und der Bepflanzung sowie die Angebote des Parks für Bewegung und Sport eingeschätzt.

Abb. 5.23: Ansprüche und Bedürfnisse der Westfalenparkbesucher, Mittelwerte



Mit eher negativer Tendenz beurteilten die Befragten indessen die Möglichkeit, im Park Neues zu erfahren und sich fortzubilden. Dieses Ergebnis deckt sich mit den Ergebnissen der bereits im Jahr 2000 erfolgten Befragung der Stadt Dortmund, wonach die Besucherinformation nur auf Platz 16 von 17 bewerteten Einzelaspekten des Westfalenparks kam (vgl. Stadt Dortmund 2000). Hierin wäre sicherlich ein geeigneter Ansatzpunkt für das Konzept des Nachhaltigen Stadtparks zu sehen, zu dessen Bausteinen eine Ausweitung der Informationen über Natur- und Gartenthemen gehört.



Frauen bewerten den Westfalenpark durchweg positiver als Männer, bei sechs der neun Aussagen sind diese Unterschiede signifikant. Dies betrifft die Items Unternehmungen mit Kindern, Naturerleben, unter Menschen Sein, weg vom Alltag Sein, frei entscheiden Können und den Aspekt der Fortbildung.

Signifikante Unterschiede zwischen den Altersgruppen ließen sich in Bezug auf drei Aussagen feststellen: Die über 65-Jährigen bewerten die Möglichkeiten des Westfalenparks, Natur zu erleben, Neues zu erfahren und sich fortzubilden, deutlich positiver als die unter 30-Jährigen. Gleichzeitig interessiert sich die jüngste Altersgruppe eindeutig weniger für die Gartenanlage und Bepflanzung als die übrigen Befragten.

Die Familiensituation hat insofern einen Einfluss auf die Bewertung der Aussagen, als dass Befragte mit Kindern signifikant häufiger mit den Spielangeboten des Westfalenparks zufrieden sind als Singles.

Ob Personen Zugang zu einem privaten Garten haben oder nicht, wirkt sich hingegen nicht auf das Antwortverhalten aus.

Tab. 5.5: Korrelationsmatrix der Bedürfnisse der Westfalenparkbesucher

	Abwechslung, weg vom Alltag	Freizeit haben, frei entscheiden	Natur erleben	Neues erfahren, Fortbildung	unter Menschen sein	mit Kindern spielen	Erholung und Ruhe	Bewegung, Sport	Interesse an Garten und Pflanzen
Abwechslung, weg vom Alltag	1								
Freizeit haben, frei entscheiden	0,354**	1							
Natur erleben	0,350**	0,390**	1						
Neues erfahren, Fortbildung	0,279**	0,065	0,206**	1					
unter Menschen sein	0,164*	0,297**	0,210**	0,116	1				
mit Kindern spielen	0,308**	0,211**	0,194*	0,295**	0,132	1			
Erholung und Ruhe	0,448**	0,418**	0,396**	0,202**	0,188*	0,165*	1		
Bewegung, Sport	0,288**	0,222**	0,145	0,241**	0,072	0,109	0,204**	1	
Interesse an Garten und Pflanzen	0,417**	0,183*	0,293**	0,292**	-0,004	0,188*	0,248**	0,130	1

\* Die Korrelation ist auf dem Niveau von .05 signifikant.

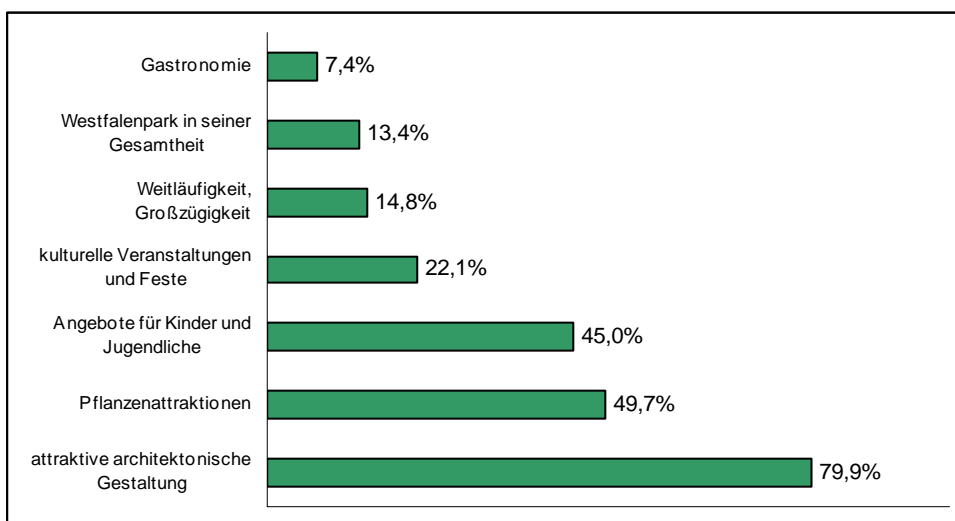
\*\* Die Korrelation ist auf dem Niveau von .01 signifikant.

Wie die Korrelationsmatrix der zu kommentierenden Aussagen in Tab. 5.5 zeigt, hängen die einzelnen Motive für den Besuch des Westfalenparks mehr oder weniger eng zusammen, d.h. ein Parkbesuch befriedigt zeitgleich verschiedene Bedürfnisse. Erholung stellt sich ein, weil der Park abwechslungsreich ist und das Gefühl vermittelt, weg vom Alltag zu sein, weil man frei entscheiden kann, was man tun möchte und weil man Natur erleben kann. Der Abwechslungsreichtum des Westfalenparks erfüllt dabei sowohl das Interesse an der Gartenanlage und Bepflanzung als auch das Bedürfnis nach Bewegung und Sport. Eine interessante Parkgestaltung und -bepflanzung macht Natur erlebbar und fördert den Wunsch nach Wis-

senserwerb und Fortbildung. Gleichzeitig bieten sich Möglichkeiten mit anderen zusammen zu sein und gemeinsam die Freizeit zu gestalten. Kinder werden zum Spielen angeregt und erfahren Neues in ihrer Umwelt. Die individuelle Wirkung eines Besuchs des Westfalenparks ist somit gekennzeichnet durch einen Mix aus Erholung und Anregung, der in allen betrachteten Gruppen vordergründig ist, sich entsprechend der jeweiligen Präferenzen nur unterschiedlich äußert. Eine Umgestaltung des Westfalenparks im Sinne des Nachhaltigen Stadtparks würde vor diesem Hintergrund einer Ausweitung des Spektrums an Nutzungsmöglichkeiten gleichkommen und somit den Anregungsgehalt erhöhen, was – wie gezeigt wurde – einen Einfluss auf seine Erholungswirkung hätte. Gleichwohl bedeutet dies auch, dass sämtliche Zielgruppen – insbesondere auch die Familien mit Kindern – entsprechend berücksichtigt werden sollten.

In der Bevölkerungsbefragung wurden die Befragten weiter gebeten anzugeben, ob es im Westfalenpark etwas gibt, was ihnen besonders gut gefällt, und wenn ja, worum es sich dabei handelt. 83 % der telefonisch befragten Westfalenparkbesucher konnten diese Frage bejahen.

Abb. 5.24: Aspekte, die im Westfalenpark besonders gut gefallen  
(Mehrfachantworten, Nennungen über 5 % der Befragten)



Wie die Abb. 5.24 zeigt, sind es vor allem die baulich-architektonischen Gestaltungselemente – wie die Teich- und Wasseranlagen (mit 26 %) und der Florianturm (mit 21 %) – die auf großen Anklang bei der Besucherschaft des Westfalenparks stoßen. Die attraktive Bepflanzung und die vielen Angebote für Kinder und Jugendliche (vor allem Spielplätze mit 38 %) erfahren ebenfalls eine hohe Wertschätzung. Mehr als jeder fünfte Befragte führte in diesem Zusammenhang auch die kulturellen Veranstaltungen und Feste an. 15 % der Interviewten gefällt die Großzügigkeit und Weitläufigkeit der Parkanlage besonders gut, etwa ähnlich viele schätzen den Park in seiner Gesamtheit. Die gastronomischen Einrichtungen wurden von 7 % der Befragten genannt.

Zwischen Männern und Frauen gab es dabei nur geringfügige Unterschiede. Frauen stellten überdurchschnittlich häufiger die guten Angebote für Kinder und Jugendliche heraus, wäh-

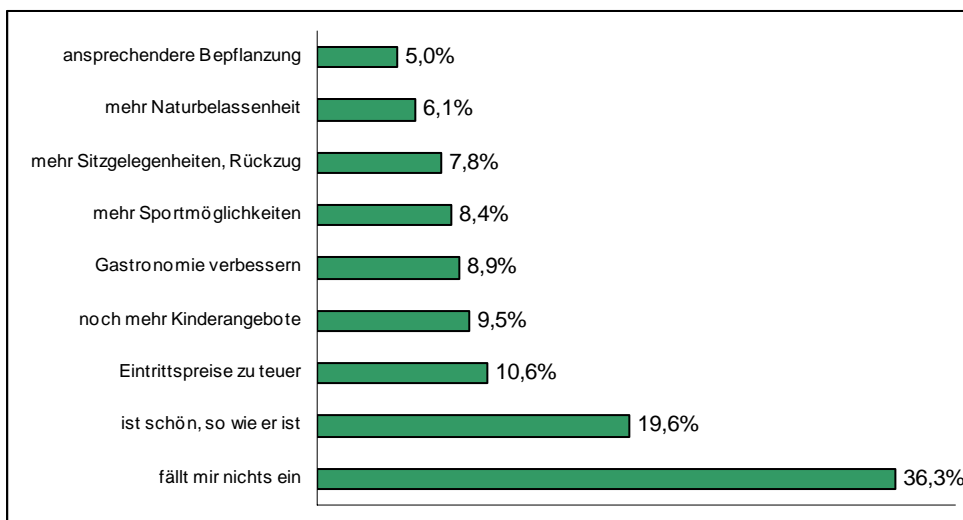
rend Männern mehr die bauliche Gestaltung sowie die Veranstaltungen und Feste gefallen. Auch bei den verschiedenen Altersgruppen bestand weitgehend Übereinstimmung. Die Jüngeren schätzten häufiger die Spielmöglichkeiten für Kinder, während die Älteren überdurchschnittlich oft auf die Pflanzenattraktionen hinwiesen.

Während zwei Drittel der Familien mit Kindern erwartungsgemäß die Spielangebote hervorhoben, sind den Singlehaushalten die kulturellen Angebote überdurchschnittlich wichtiger. Der Zugang zu einem privaten Garten scheint hier ebenfalls kein Kriterium zu sein, welches in dieser Frage an Einfluss gewinnt.

### 5.3.3 Verbesserungsvorschläge der Westfalenparkbesucherinnen und -besucher

Neben der Frage, was den Dortmunder Besucherinnen und Besuchern des Westfalenparks besonders gut gefällt, wurde auch danach gefragt, was den Park in den Augen seiner Nutzerinnen und Nutzer bereichern würde.

Abb. 5.25: Aspekte, die den Westfalenpark bereichern würden (Mehrfachantworten, Nennungen über 5 % der Befragten)



Der Mehrheit der Befragten (56 %) fällt in diesem Zusammenhang nichts ein oder sie befinden den Westfalenpark ausdrücklich für gut, so wie er ist. Jeder zehnte Interviewte empfindet die Eintrittspreise als zu teuer oder wünscht sich noch mehr Angebote für Kinder. Weitere Vorschläge betreffen die Verbesserung der gastronomischen Einrichtungen, die Erweiterung der Sportmöglichkeiten und ein größeres Angebot an Sitzgelegenheiten zum Ausruhen und Sich zurückziehen. 6 % der Befragten sähen den Park gern Natur belassener, ähnlich viele könnten sich einen Attraktivitätsgewinn durch eine verbesserte Bepflanzung vorstellen. Zwischen den betrachteten Gruppen ergaben sich in dieser Frage keine Unterschiede.

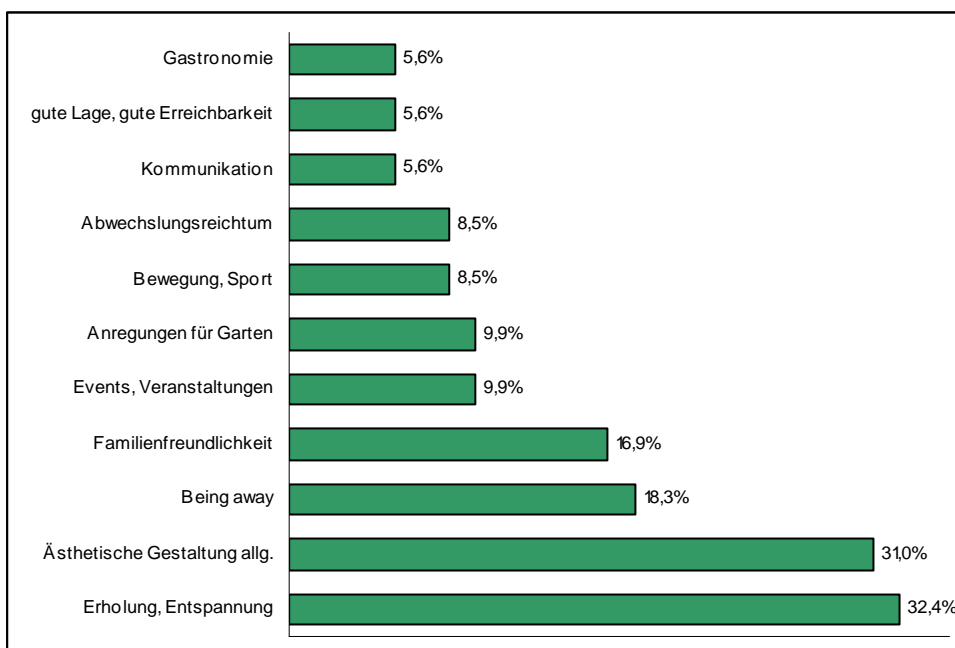
### 5.3.4 Ergebnisse aus der face to face-Befragung

#### *Motive für den Besuch des Westfalenparks*

Auch in der Befragung der aktuellen Nutzerinnen und Nutzer wurden die Motive für den Besuch des Westfalenparks erhoben. Ähnlich wie bereits in der Bevölkerungsbefragung, hier aber ausschließlich bezogen auf den Westfalenpark, sollten die Interviewten offen ihre Gründe für den Besuch benennen.

Wie die Abb. 5.26 deutlich macht, sind die Motive der Onsite-Gruppe denen der Dortmunder Wohnbevölkerung sehr ähnlich. Der Westfalenpark verspricht Erholung und Entspannung, gefällt aufgrund seiner ästhetischen Gestaltung und bietet das Being away-Gefühl, draußen und weg vom Alltag zu sein. Außerdem schätzen die Befragten die Kinder- und Familienfreundlichkeit des Parks. Events und Veranstaltungen, das Erhalten von Anregungen für den Garten, die Bewegungs- und Sportmöglichkeiten und sein Abwechslungsreichtum zählen ebenfalls zu den häufig genannten Gründen für einen Besuch des Parks. Der Westfalenpark wird darüber hinaus als ein kommunikativer Ort wahrgenommen, der gut erreichbar und auch aufgrund seiner gastronomischen Einrichtungen attraktiv ist.

Abb. 5.26: Gründe für den Besuch des Westfalenparks  
(Mehrfachantworten, Nennungen über 5 % der Befragten)



Im Großen und Ganzen unterscheiden sich die einzelnen Gruppen kaum voneinander. Frauen führen häufiger die vielen Angebote für Kinder an, Männer interessieren dagegen mehr die Anregungen für den eigenen Garten. Erwartungsgemäß heben auch die unter 50-Jährigen und die Haushalte mit Kindern die Familienfreundlichkeit hervor.

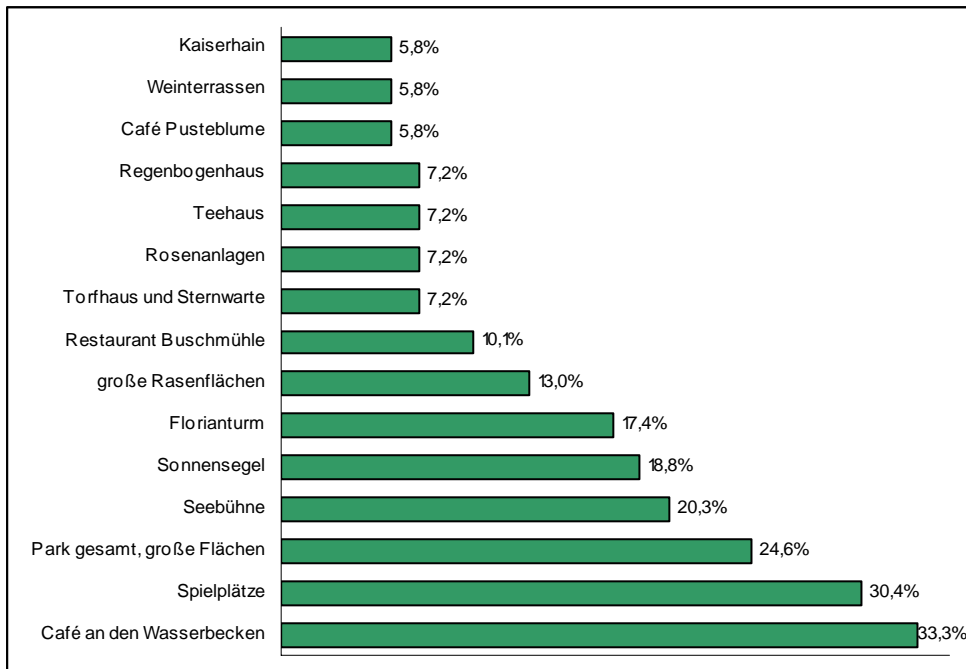
### **Besonders attraktive Plätze im Westfalenpark (Lieblingsorte)**

Abweichend zur Bevölkerungsbefragung sollten die Vor-Ort-Befragten ferner in einen Plan des Westfalenparks solche Plätze einzeichnen, an denen sie sich am liebsten aufhalten. Die Nennungen sollten zudem jeweils begründet werden.

93 % der Befragten kamen der Bitte nach und zeichneten ihre präferierten Orte in den Plan ein. Die Rangliste der Lieblingsorte findet sich in Abb. 5.27.

Danach mögen viele der Befragten den Park insgesamt oder zumindest sehr große, nicht näher differenzierte Teile und die weitläufigen Rasenflächen. Von den Einzelnennungen gehören das Café an den Wasserbecken und die Spielplätze, dabei vor allem der Robinsonspielplatz mit 20,3 %, der Langnesespielplatz mit 5,5 % und der Sehen-Hören-Spielen-Parcours mit 4,3 %, zu den Favoriten der Westfalenparkbesucher. Weitere gastronomische Einrichtungen wie das Restaurant Buschmühle, das Café Pustebblume, das Teehaus und die Weinterrassen wurden ebenfalls häufiger angegeben. Westfalenparktypische Highlights wie die Seebühne, das Sonnensegel und der Florianturm komplettieren die Liste. Die Galerie Torfhaus und die Sternewart, das Regenbogenhaus, die Rosenanlagen und der Kaiserhain gehören ebenfalls zu den beliebten Aufenthaltsorten.

Abb. 5.27: Lieblingsorte der Westfalenparkbesucherinnen und -besucher (Mehrfachantworten, Nennungen über 5 % der Befragten)



Bezogen auf die am häufigsten genannten Lieblingsorte weist die Tab. 5.6 die jeweiligen Begründungen auf. Die Restaurants werden gerne aufgesucht, um dort zu essen oder Kaffee zu trinken, weil man dort angenehm sitzen kann, eine gute Aussicht auf die schöne Umgebung hat und Leute treffen und anschauen kann. Die Spielplätze sind vor allem für Kinder attraktiv. Der Park insgesamt bietet idyllische und romantische Plätze, Pflanzenattraktionen

und andere Abwechslungen und lädt zum Spazieren gehen ein. Die weitläufigen, hellen und sonnigen Wiesenflächen gewähren Ruhe und Entspannung. Der Florianturm vereint gastronomische Angebote mit einem schönen Ausblick. Das Sonnensegel ist als Veranstaltungsort attraktiv, ist schön gelegen und ein guter Platz zum Sitzen und Ausruhen. Auch die Seebühne wird als schöner, abwechslungsreicher Ort wahrgenommen, deren Wasserorgel einen besonderen Anziehungspunkt darstellt.

Tab. 5.6: Begründungen für die genannten Lieblingsorte  
(Mehrfachantworten, Nennungen absolut)

Lieblingsort	Begründung
Restaurants	<ul style="list-style-type: none"> <li>- gut Essen, gute Gastronomie, gut zum Kaffeetrinken, Eis essen (10)</li> <li>- schön zum Sitzen (7)</li> <li>- ist schön, idyllisch, romantisch, genießen (7)</li> <li>- schöner Ausblick, schöne Aussicht, schön gelegen (5)</li> <li>- diverse Angebote, verschiedene Attraktionen, abwechslungsreich (4)</li> <li>- Leute treffen, Leute gucken (3)</li> </ul>
Spielplätze	<ul style="list-style-type: none"> <li>- schön und attraktiv für Kinder (20)</li> <li>- schön und abwechslungsreich angelegt (3)</li> </ul>
Park insgesamt, große Flächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ist schön, idyllisch, romantisch, genießen (5)</li> <li>- diverse Angebote, verschiedene Attraktionen, abwechslungsreich (5)</li> <li>- schöne Pflanzen, Blüten, schöne Bäume (4)</li> <li>- schön zum Spazieren gehen (3)</li> </ul>
große Rasenflächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stille, Ruhe, Entspannung (4)</li> <li>- Weitläufigkeit, gut zum Schauen, Flursicht (4)</li> <li>- sonnig, hell (3)</li> </ul>
Florianturm	<ul style="list-style-type: none"> <li>- gut Essen, gute Gastronomie, gut zum Kaffeetrinken, Eis essen (4)</li> <li>- schöner Ausblick (3)</li> </ul>
Sonnensegel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- schöner Platz, schön gelegen, schön angelegt (4)</li> <li>- Veranstaltungen (4)</li> <li>- schön zum Sitzen, Leute gucken (3)</li> </ul>
Seebühne	<ul style="list-style-type: none"> <li>- schöner Platz, schön gelegen, schön angelegt (5)</li> <li>- diverse Angebote, verschiedene Attraktionen, abwechslungsreich (3)</li> <li>- Wasserorgel (3)</li> </ul>

### **Verbesserungsvorschläge**

In den Vor-Ort-Interviews wurde auch danach gefragt, ob den Befragten im Westfalenpark noch etwas fehlt und was ihn ggf. bereichern könnte. 53 % der Befragten stellten Bereicherungsmöglichkeiten fest, wobei die Antworten in etwa ähnlich denen der Dortmunder Wohnbevölkerung waren und vor allem die Verbesserung der gastronomischen Einrichtungen sowie eine Ausweitung der Angebote für Kinder und Familien betrafen. Allerdings kamen hier auch Aspekte zur Sprache, die den direkt im Park Angetroffenen vermutlich eher auffallen als den telefonisch Interviewten. So vermissen 13 % der Befragten ausreichend Abfallbehälter im Park, ebenso viele wünschten sich eine bessere Information (Beschriftung, Wegbeschilderung, Beratung).

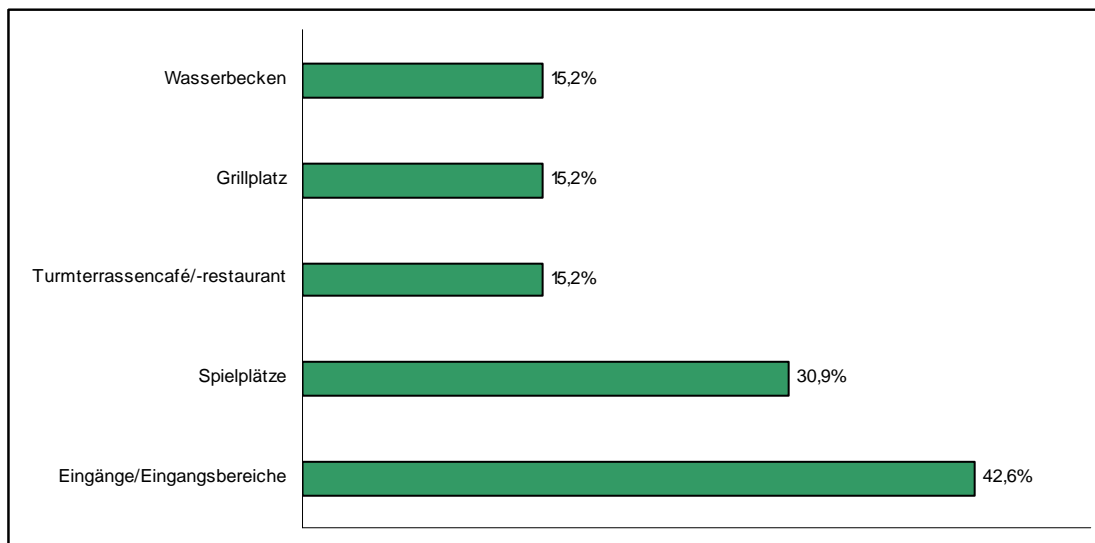
### **Weniger attraktive Plätze im Westfalenpark**

Analog zu den Lieblingsorten wurden die Parkbesucherinnen und -besucher ferner gebeten, auch Orte oder Bereiche des Westfalenparks zu benennen, die sie weniger gern oder gar

nicht aufsuchen. Diese sollten wieder in einen Plan des Parks eingezeichnet und jeweils begründet werden. 45 % der Befragten kamen dieser Bitte nach.

Danach empfinden die Besucher insbesondere die Eingänge und Eingangsbereiche – vor allem Kaiserhain und Ruhrallee, aber auch Hörde, Baurat-Marx-Allee und Buschmühle – als wenig attraktiv. Die Spielplätze werden in diesem Zusammenhang auch genannt, allerdings ganz überwiegend von älteren Personen ohne Kinder. Für die gastronomischen Einrichtungen des Florianturms (Turmterrassencafé und Turmrestaurant), den Grillplatz und die Wasserbecken wird ebenfalls Verbesserungsbedarf konstatiert.

Abb. 5.28: Weniger attraktive Orte im Westfalenpark (Mehrfachantworten)



Die Eingangsbereiche werden als unordentlich und nicht schön wahrgenommen. An den Spielplätzen und am Grillplatz herrscht einigen Befragten zu viel Trubel. Die Wasserbecken könnten sauberer und gepflegter sein.

Tab. 5.7: Begründungen für die genannten weniger attraktiven Orte (Mehrfachantworten, Nennungen absolut)

wenig attraktive Orte	Begründung
Eingänge, Eingangsbereiche	- unordentlich, nicht gemütlich, nicht schön (4) - da halte ich mich nicht auf (4) - unfreundliche Pförtner (2)
Spielplätze	- zu viel Trubel (5)
Turmterrassencafé, Turmrestaurant	- schlechte Gastronomie (2)
Grillplatz	- kein Interesse (2) - zu viel Trubel (2)
Wasserbecken	- schlecht gepflegt, nicht sauber (4)

Wie die Ergebnisse beider Befragungen zeigen, befriedigt der Besuch von Parks im Allgemeinen sowie des Westfalenparks im Besonderen eine Vielzahl von Motiven, in deren Zentrum das Bedürfnis nach Erholung und Abwechslung vom Alltag stehen, dessen Erfüllung sich

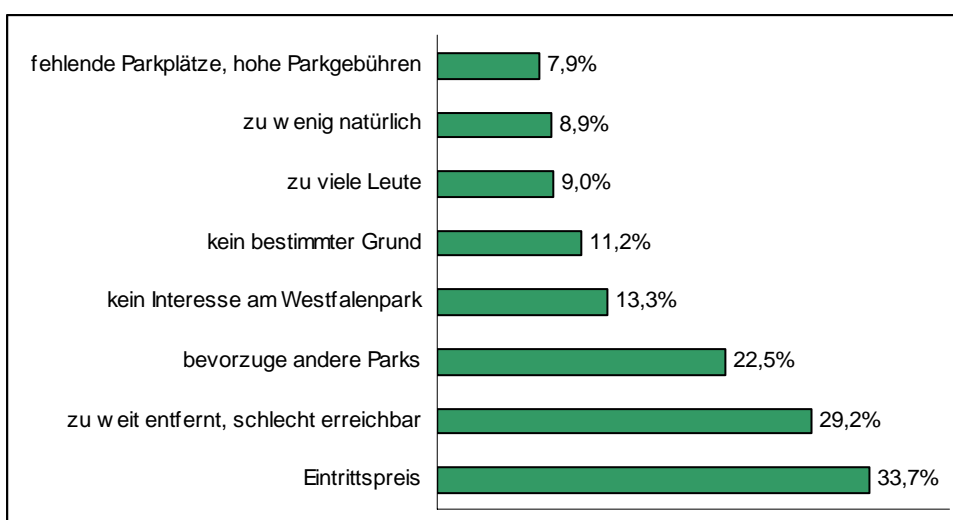
individuell unterschiedlich darstellt. Damit bestätigen diese Erkenntnisse die in Kap. 3.3 eingeführte Attention Restoration Theory, wonach sich Erholung durch das entfernt Sein vom Alltag und das Erleben von Faszination einstellt. Welche Merkmale des Westfalenparks dabei Faszination hervorrufen, ist interindividuell verschieden und wird durch Personmerkmale wie Alter und Familiensituation beeinflusst. Von Interesse für die Besucherschaft des Westfalenparks sind dabei auch seine baulichen und gartengestalterischen Attraktionen, die ihn für die Umsetzung des Konzepts Nachhaltiger Stadtpark prädestinieren, weil er in dieser Beziehung bereits viele gute Voraussetzungen bietet und darüber hinaus ein weitergehender Bedarf an Fortbildung und Wissenserweiterung bei den Bewohnerinnen und Bewohnern und den Parknutzerinnen und Nutzern besteht.

#### 5.4 Motive für den Nichtbesuch von Parks im Allgemeinen und des Westfalenparks im Besonderen

28 der 300 telefonisch befragten Dortmunderinnen und Dortmunder (9 %) gaben an, Parks nie oder seltener als einmal im Jahr zu besuchen. 43 % dieser Befragten begründeten das damit, dass sie über einen eigenen Garten verfügen bzw. im Grünen wohnen würden. Häufiger genannt wurde außerdem, dass Parks nicht attraktiv, dabei vor allem zu dreckig oder zu unsicher seien oder dass gesundheitliche Gründe gegen den Besuch von Parks sprächen. Offen nach Orten gefragt, die sie anstelle von Parks bevorzugen, nannten die Befragten vor allem den eigenen Garten (48 %), Natur belassene Flächen (33 %) und Sportstätten (24 %).

Weitere 89 der 300 Dortmunder Befragten (30 %) gaben an, zwar Parks zu besuchen, nicht aber den Westfalenpark.

Abb. 5.29: Gründe für den Nichtbesuch des Westfalenparks  
(Mehrfachantworten, Nennungen über 5 % der Befragten)



Ein Drittel dieser Befragten begründete dies mit den Eintrittspreisen. 29 % empfinden den Westfalenpark als zu weit entfernt. Knapp jeder Vierte bevorzugt andere Parks. Kein Interesse am Westfalenpark äußerten 13 % der Befragten, 11 % konnten keinen bestimmten Grund

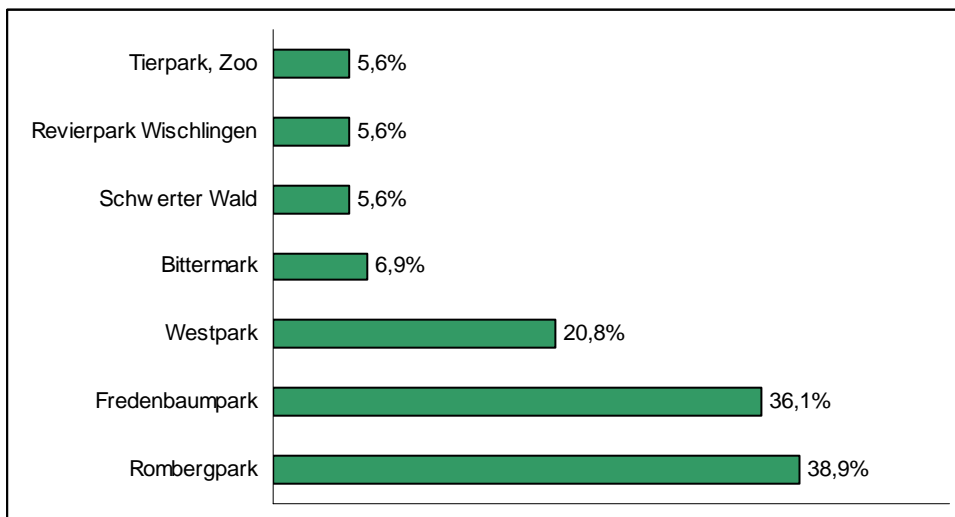


formulieren. Zu viele Leute, zu wenig Naturbelassenheit und fehlende Parkplätze bzw. hohe Parkgebühren sind ferner Gründe, die mehrfach genannt wurden.

Neben den Gründen, die sie vom Besuch des Westfalenparks abhalten, sollten diese Dortmunderinnen und Dortmunder ebenfalls angeben, ob sie andere Parks oder Orte bevorzugen, um ihre Freizeit zu verbringen. Diejenigen 84 %, die diese Frage bejahten, wurden ferner gebeten, diese Orte zu benennen und ihre Angaben zu begründen.

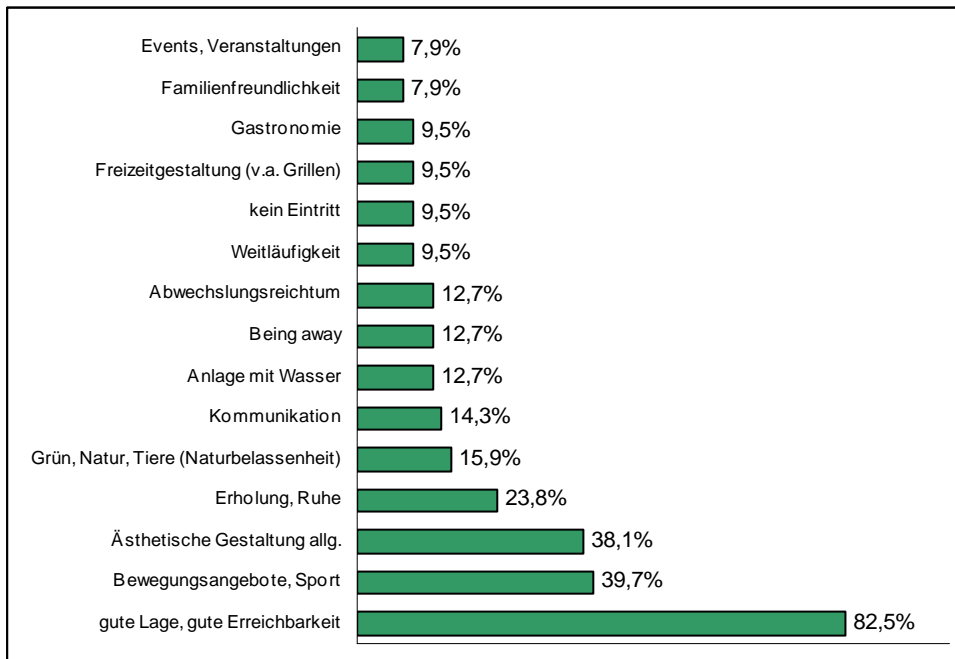
Wie die Abb. 5.30 zeigt, wurden in diesem Zusammenhang insbesondere andere Dortmunder Parks – der Rombergpark, der Fredenbaumpark und der Westpark – genannt. Weitere bevorzugte Orte sind die Bittermark, der Schwerter Wald, der Revierpark Wischlingen und Tierparks bzw. Zoos.

Abb. 5.30: Bevorzugte Parks und Orte der Nichtbesucher des Westfalenparks (Mehrfachantworten, Nennungen über 5 % der Befragten)



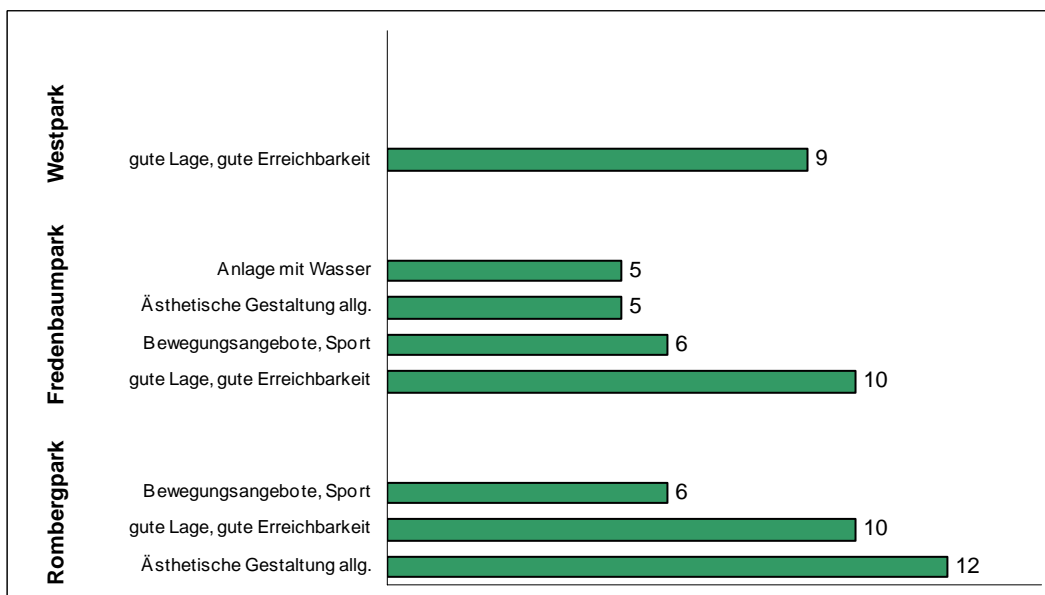
Betrachtet man die Gründe für die Bevorzugung anderer Orte insgesamt (Abb. 5.31), zeigt sich eine hohe Übereinstimmung mit den Motiven für Parkbesuche ganz allgemein (siehe Kap. 5.3.1). Dies war so zu erwarten, denn die hier Befragten suchen zwar nicht den Westfalenpark, dafür aber andere Parks und Orte in Dortmund und Umgebung auf. Daher ist davon auszugehen, dass die Motive für Parkbesuche zwar grundsätzlich sehr ähnlich sind, diese aber in den Augen der Nichtbesucher des Westfalenparks in den stattdessen bevorzugten Anlagen subjektiv besser erfüllt werden. Gleichwohl ist der herausragende Grund für die Bevorzugung anderer Orte deren gute Lage und Erreichbarkeit. D. h. 83 % der Nichtbesucher des Westfalenparks suchen vor allem deswegen andere Parks auf, weil sich diese in ihrer Nähe befinden oder individuell besser erreichbar sind.

Abb. 5.31: Gründe für die Bevorzugung anderer Orte  
(Mehrfachantworten, Nennungen über 5 % der Befragten)



Letzteres zeigt sich auch bei der gezielten Betrachtung der drei häufig aufgesuchten Dortmunder Parks (siehe Abb. 5.32), für deren Nutzung ebenfalls die gute Lage und Erreichbarkeit sprechen. Im Hinblick auf den Rombergpark und den Freudenbaupark strichen die Befragten zudem deren sie mehr ansprechende Gestaltung und die Möglichkeiten für Sport und Bewegung heraus. Speziell im Freudenbaupark sind darüber hinaus dessen Wasserangebote (z. B. Bootsverleih) von größerem Interesse.

Abb. 5.32: Aspekte, die für den Romberg-, Freudenbaum- und Westpark sprechen  
(Mehrfachantworten, nur mindestens fünfmal genannte Aspekte)

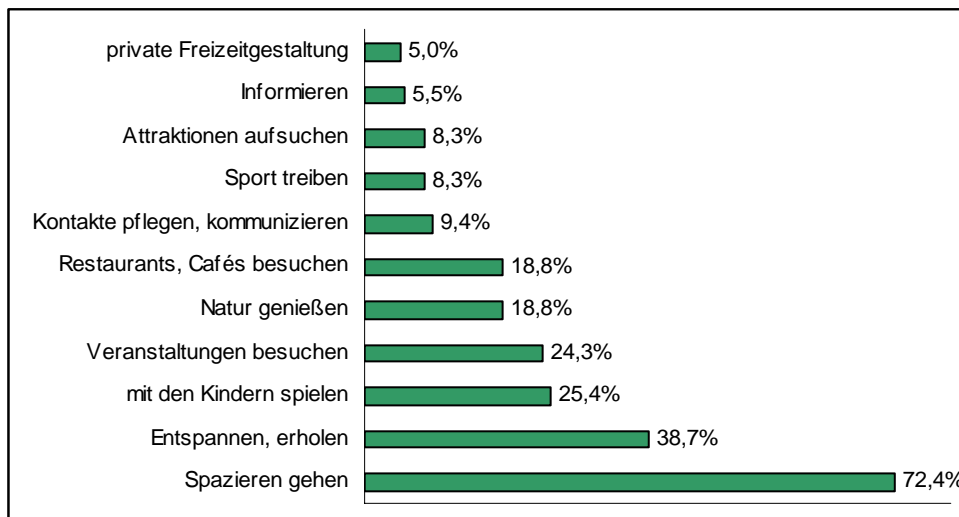


Zusammenfassend lässt sich für die Motive der Nichtnutzung von Parks folgendes festhalten: Der Anteil der generellen Nichtbesucherinnen und Nichtbesucher von Parks, deren Bedürfnisse nach Grün im eigenen Garten oder in Natur belassenen Flächen besser berücksichtigt werden als in öffentlichen Parkanlagen oder die stattdessen Sportstätten für eine aktive Freizeitgestaltung bevorzugen, ist mit 9 % gering. Anders formuliert: Die meisten Dortmunderinnen und Dortmunder nutzen die vorhandenen öffentlichen Parkanlagen. Das Hauptmotiv, warum 30 % der Dortmunderinnen und Dortmunder im Alltag dennoch lieber andere Parks als den Westfalenpark aufsuchen, ist weniger durch ein fehlendes Interesse am oder ein Nichtgefallen des Westfalenparks begründet, sondern hat seine Ursache darin, dass sich die bevorzugten Parks in der Nähe befinden bzw. individuell besser erreichbar sind. Allerdings stellt auch der für den Besuch des Westfalenparks zu entrichtende Eintrittspreis einen relativ häufigen Grund für dessen Nichtbesuch dar.

## 5.5 Aktivitäten im Westfalenpark

Die Antworten auf die Frage, was die Nutzerinnen und Nutzer des Westfalenparks bei ihren dortigen Besuchen hauptsächlich tun, sind so vielfältig wie die Gründe, warum er aufgesucht wird.

Abb. 5.33: Aktivitäten im Westfalenpark  
(Mehrfachantworten, Nennungen über 5 % der Befragten)



Die überwiegende Mehrheit der Befragten (72 %) geht im Westfalenpark spazieren. 39 % nutzen ihn zur Entspannung und Erholung. Etwa ein Viertel der Interviewten kommt in den Park, um die Kinder zu beschäftigen oder um Veranstaltungen zu besuchen. Jeweils 19 % der befragten Westfalenparkbesucher gaben an, die Natur zu genießen oder die im Park ansässigen Restaurants und Cafés zu besuchen. Kontaktpflege, Sport oder das gezielte Aufsuchen von Westfalenpark spezifischen Attraktionen waren ebenfalls häufig genannte Aktivitäten im Park. Zu einem geringeren Teil gaben die Befragten auch an, sich dort zu informieren oder einfach ihre Freizeit zu verbringen.

Unterschiede im Antwortverhalten der Männer und Frauen lassen sich kaum ausmachen. Frauen gaben öfter als Männer an, sich im Westfalenpark mit ihren Kindern zu beschäftigen (31 % zu 20 % der Fälle).

Die jüngsten Befragten treffen häufiger als die übrigen Altersgruppen im Park ihre Freundinnen und Freunde und pflegen ihre sozialen Kontakte (13 %), dafür nimmt das Spaziergehen weniger Raum ein (61 %). Bei den ab 50-Jährigen spielt die Beschäftigung mit den Kindern eine eher untergeordnete Rolle. An Stelle dessen nehmen das Naturerleben und der Besuch der gastronomischen Einrichtungen einen größeren Stellenwert ein. Bei den über 65-Jährigen ist darüber hinaus der Besuch von Veranstaltungen deutlich seltener, dafür wurde hier überdurchschnittlich oft angegeben, sich im Westfalenpark zu informieren.

Familien mit kleinen Kindern unter 6 Jahren beschäftigen sich im Westfalenpark mit ihren Kindern und suchen besondere Attraktionen auf. In Bezug auf die übrigen genannten Aktivitäten im Park scheint die Familiensituation jedoch keinen nennenswerten Einfluss zu haben, die aufgezählten Aspekte treffen gleichermaßen auf Haushalte mit und ohne Kind zu. Hinsichtlich des Merkmals Zugang zu Garten ließen sich ebenfalls keine wesentlichen Unterschiede feststellen.

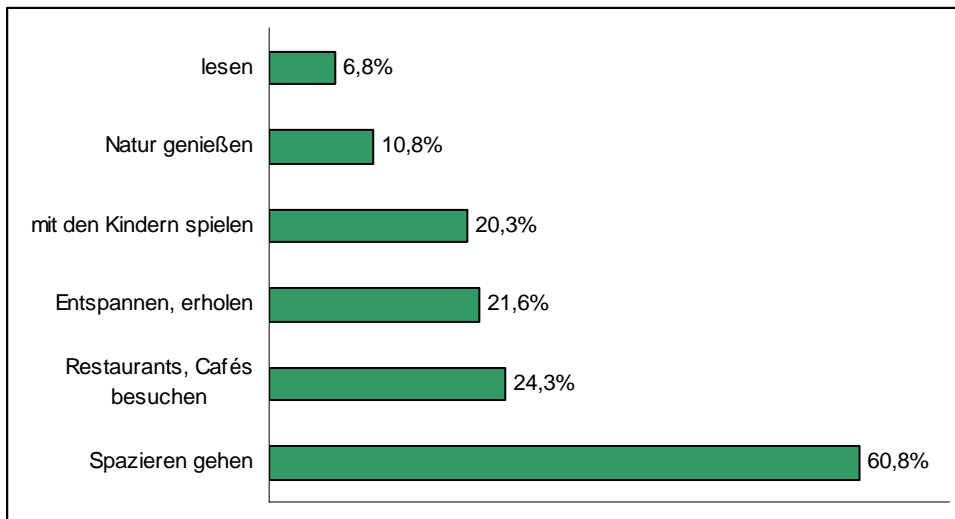
Tab. 5.8: Aktivitäten im Westfalenpark nach Familiensituation in Prozent (Mehrfachantworten, Nennungen über 10 % der Befragten)

Gründe	1-PHH	MPHH ohne Kind	MPHH mit Kindern unter 6 Jahre	MPHH mit Kindern über 6 Jahre
Spazieren gehen	66,7	79,0	78,3	66,7
Entspannen, erholen	35,2	40,3	34,8	42,9
mit den Kindern spielen	13,0	11,3	60,9	42,9
Veranstaltungen besuchen	25,9	22,6	21,7	26,2
Natur genießen	25,9	16,1	4,3	21,4
Restaurants, Cafés besuchen	18,5	21,0	13,0	19,0
Kontakte pflegen, kommunizieren	7,4	14,5	-	9,5
Sport treiben	11,1	6,5	8,7	7,1
Attraktionen aufsuchen	5,6	8,1	17,4	7,1

### 5.5.1 Ergebnisse aus der Face to face-Befragung

Die Ergebnisse der face to face-Befragung decken sich weitgehend mit den denen der Bevölkerungsbefragung. Das Spazieren gehen rangiert wieder ganz vorn. Familien spielen vor allem mit den Kindern im Park, während insbesondere Singles häufiger auch die gastronomischen Einrichtungen aufsuchen.

Abb. 5.34: Aktivitäten der Onsite-Gruppe im Westfalenpark  
(Mehrfachantworten, Nennungen über 5 % der Befragten)



Aus den Ergebnissen beider Befragungen ist ersichtlich, dass sowohl die Dortmunder Bürgerinnen und Bürger als auch die Besucherinnen und Besucher den Westfalenpark als einen multifunktionalen Ort erleben, der vielfältige Möglichkeiten einer zugleich erholsamen und anregenden Freizeitgestaltung bietet. Die Aktivitäten im Park entsprechen dabei den zugrunde liegenden Motiven. Entspannendes Spazieren im Park, während dessen Natur erlebt werden kann, wird ergänzt durch diverse Angebote für verschiedene Zielgruppen. Familien mit Kindern suchen den Westfalenpark zum Spielen auf. Ältere Befragte nutzen die gastronomischen Einrichtungen zum Ausruhen und Verweilen während des Spaziergangs. Jüngere Befragte treffen Freunde und kommen der Veranstaltungen wegen.

Die Umgestaltung des Westfalenparks in einen Nachhaltigen Stadtpark würde die Breite der verschiedenen Angebote für die einzelnen Zielgruppen nicht schmälern, sondern – im Gegenteil – die Attraktivität und das Spektrum an Möglichkeiten noch erweitern. Das Spazieren gehen würde auch in der momentan noch eher unbeliebten kälteren Jahreszeit zu einem gleichermaßen anregenden wie erholsamen Erlebnis. Gleichzeitig erweitern die Kaufangebote und die Pflanzenwerkstatt den Spielraum an möglichen Aktivitäten, letztgenanntes könnte gerade auch für Familien mit Kindern attraktiv sein. Die bereits jetzt gern aufgesuchten Restaurants können mit den Erzeugnissen aus dem Park ihren Gästen besondere Gerichte offerieren und damit neue Attraktionen schaffen.

## 5.6 Einstellungen, Normen und Möglichkeiten (Verhaltenskontrolle)

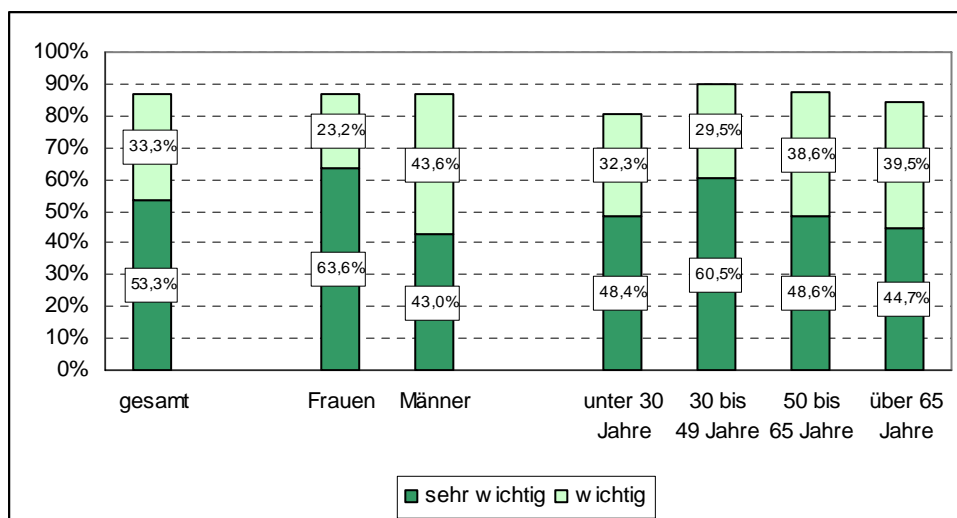
### 5.6.1 Wichtigkeit und Stellenwert von Parks allgemein

Die subjektive Wichtigkeit von Parks wurde in der Telefonbefragung in zweierlei Weise hinterfragt: Sämtliche Befragte wurden gebeten, auf einer Skala von 1 (= sehr wichtig) bis 5 (= sehr unwichtig) anzugeben,

- wie wichtig ihnen Parks und Grünanlagen sind und
- wie wichtig es ihnen im speziellen Falle eines Umzugs wäre, dass sich ein Park bzw. Grün in der Nähe der neuen Wohnung befindet.

Die überwiegende Mehrheit der Befragten (87 %) hält Parks für sehr wichtig bis wichtig. Während Frauen signifikant häufiger als Männer deren außerordentliche Wichtigkeit betonen, unterscheiden sich die Altersgruppen in ihrem Antwortverhalten kaum voneinander. Auch die Merkmale Familiensituation, Zugang zu Garten und Erwerbssituation haben keinen Einfluss auf die subjektive Wichtigkeit. Erwartungsgemäß sind aber den Nichtbesuchern von Parks diese auch signifikant weniger wichtig. Hier antworten nur 65 % zustimmend.

Abb. 5.35: Wichtigkeit von Parks gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen

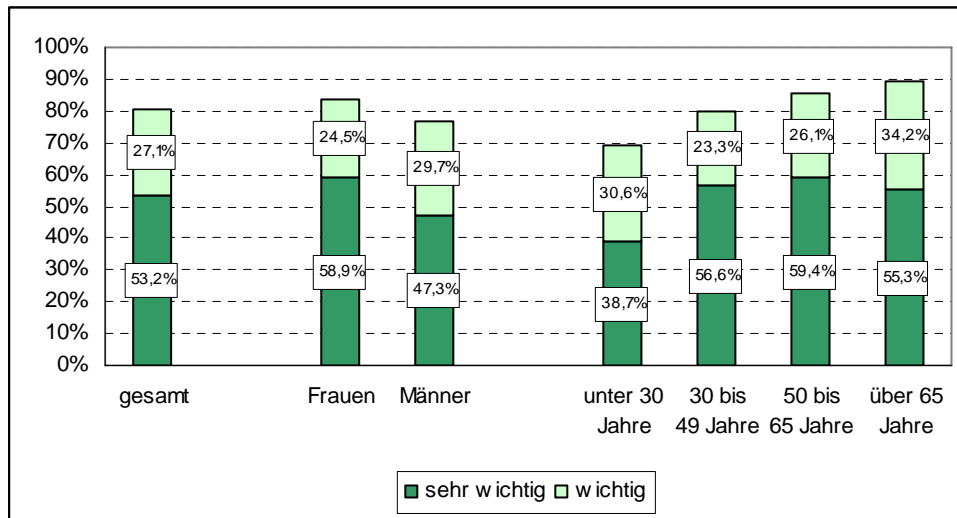


Vier Fünfteln der Befragten ist es ebenfalls sehr wichtig bis wichtig, dass bei einem Umzug ein Park oder Grün in der Nähe der neuen Wohnung ist.

Während Männer und Frauen in dieser Beziehung ähnlich antworteten, hat das Alter der Befragten durchaus einen Einfluss auf diese Entscheidung. Je älter die Befragten waren, desto wichtiger war ihnen dieser Aspekt.

Auch regelmäßige Parkbesucher würden eher als Nichtparkbesucher darauf achten, dass sich ein Park in Wohnungsnähe befindet. Für Personen, die derzeit in Wohnungen ohne Garten und ohne Balkon/Terrasse wohnen, wäre das Vorhandensein von Grün ebenfalls ein deutlich wichtigeres Kriterium für die Wohnungssuche. Die Familiensituation hat demgegenüber keinen Einfluss auf den Zustimmungsgang.

Abb. 5.36: Wichtigkeit von Parks/Grün in der Nähe der neuen Wohnung gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



Die beiden Aussagen korrelieren hochsignifikant miteinander ( $r = 0,335$ ,  $p < .01$ ), d.h. je wichtiger den Befragten Parks und Grünanlagen sind, desto eher achten sie auch darauf, dass sich in der unmittelbaren Umgebung einer neuen Wohnung ein Park befindet. Gleichzeitig finden Parkbesuche dann umso häufiger statt.<sup>8</sup>

Hinweise für den Stellenwert von Parks können auch die Antworten der Befragten auf die offen formulierte Frage geben, inwieweit ein Park ein Ersatz für den eigenen Garten sein kann.

Tab. 5.9: Antworten auf die Frage, inwieweit ein Park ein Ersatz für den eigenen Garten sein kann (Mehrfachantworten)

Allgemeine Aussagen:	
– Ein Park kann kein Ersatz für einen eigenen Garten sein.	39,0 %
– Ein Park kann kein vollwertiger Ersatz für einen Garten sein.	8,2 %
– Ein Park kann ein Ersatz für einen Garten sein, wenn man keinen eigenen Garten hat.	8,7 %
Vorteile Garten:	
– Der eigene Garten ist ein privater Ort.	14,9 %
– Den eigenen Garten kann man selbst gestalten.	9,7 %
Vorteile Park:	
– Aufgrund seiner Größe hat man im Park mehr Freiraum.	28,7 %
– Im Park hat man nicht die lästige Gartenarbeit.	9,2 %
– Im Park ist mehr Natur.	7,7 %
– Der Park ist ein Allgemeingut.	3,9 %

Hinsichtlich der Beantwortung dieser Frage gingen die Meinungen der telefonisch befragten Dortmunderinnen und Dortmunder deutlich auseinander, wobei sich zwei Strömungen erkennen ließen. Etwa die Hälfte der Befragten (56 %) findet, dass ein Park einen eigenen Garten

<sup>8</sup> Wichtigkeit von Park allgemein korreliert mit Besuchshäufigkeit:  $r = 0,292$ ,  $p < .01$   
 Wichtigkeit von Parks bei Umzug korreliert mit Besuchshäufigkeit:  $r = 0,251$ ,  $p < .01$

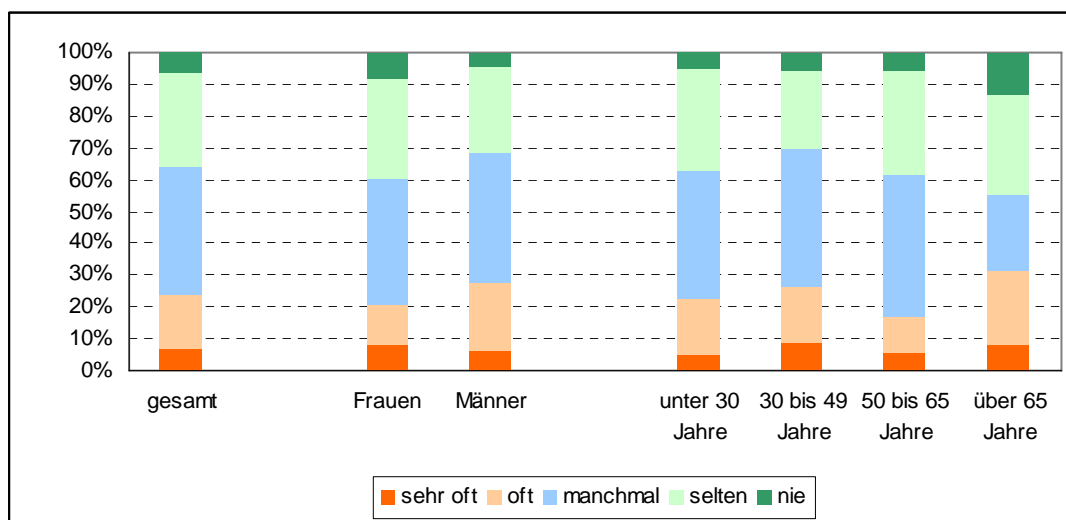
nicht, nicht vollwertig oder nur dann ersetzen kann, wenn man nicht selbst über einen Garten verfügt. Der Garten wird als ein Ort der Privatheit wahrgenommen, für dessen Gestaltung man selbst verantwortlich ist und auch sein will.

Die andere Hälfte (50 %) schrieb den Parks einen deutlichen Vorteil gegenüber dem eigenen Garten zu, weil Parks aufgrund ihrer Größe mehr Platz und Freiräume bieten, der Natur näher oder Allgemeingüter sind, die das Stadtbild und die Luftqualität verbessern. Zudem entfällt in Parks die in diesen Fällen als lästig empfundene eigene Gartenarbeit.

Frauen benannten häufiger die Vorteile von Parks gegenüber dem Garten als Männer, ebenso die ältesten Befragten gegenüber den Jüngeren. Personen, die private Gärten nutzen können, strichen dagegen tendenziell öfter heraus, dass Parks keinen Ersatz für den eigenen Garten darstellen können, ebenso diejenigen Befragten, die Parks nie oder so gut wie nie aufsuchen, und diejenigen, in deren Haushalten Kinder unter 18 Jahre leben. Die Erwerbstätigkeit beeinflusst die Einstellungen dagegen nicht.

Als weiteres Kriterium für den Stellenwert von Parks in der Stadt kann darüber hinaus die Angabe gewertet werden, wie oft die Befragten weiter weg gelegene Erholungsgebiete im Dortmunder Umland aufsuchen. Wie aus Abb. 5.37 ersichtlich ist, sucht nur knapp ein Viertel der Befragten (24 %) oft bis sehr oft Erholungsgebiete außerhalb Dortmunds auf, mit 36 % höher ist dagegen der Anteil derjenigen, die dies selten bzw. nie tun.

Abb. 5.37: Häufigkeit des Besuchs von weiter weg gelegenen Erholungsgebieten im Dortmunder Umland, gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



Zwischen den Geschlechtern und den Altersgruppen bestehen in dieser Beziehung keine Unterschiede. Ebenso haben der vorhandene Zugang zu einem Garten und die Erwerbstätigkeit keinen Einfluss auf die Ergebnisse.

Nichtparkbesucher suchen nur zu 12 % (sehr) oft Erholungsgebiete im Umland auf, damit signifikant seltener als die regelmäßigen Westfalenparkbesucher (29 %) und die Besucher



anderer Parks (18 %). Ähnliches gilt für Einpersonenhaushalte (17 %) im Vergleich zu den Mehrpersonenhaushalten ohne Kinder<sup>9</sup> (28 %) und mit Kindern (26 %).

Der Besuch von entfernter gelegenen Erholungsgebieten wird dabei umso eher in Betracht gezogen, je wichtiger den Befragten Parks und Grünanlagen sind.<sup>10</sup>

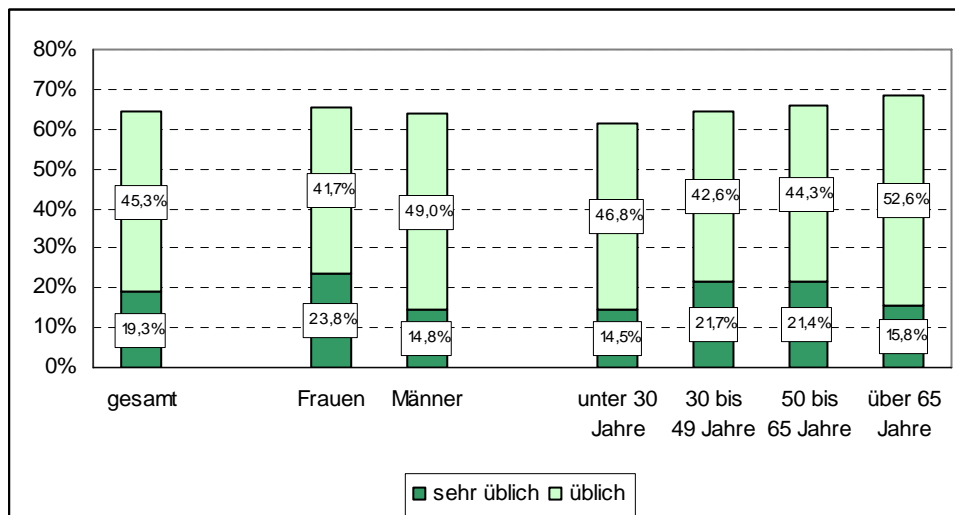
## 5.6.2 Subjektive und soziale Normen in Bezug auf den Besuch von Parks allgemein

Die Normen wurden in der Telefonbefragung mit Hilfe von zwei Fragen erfasst:

- Die subjektive Norm wurde daran gemessen, wie üblich es für die Befragten ist, einen Park aufzusuchen. Zur Beantwortung dieser Frage wurde wieder eine fünfstufige Skala vorgegeben, wobei die 1 „sehr üblich“ und die 5 „sehr unüblich“ bedeutete.
- Die soziale Norm wurde anhand der Zustimmung zu der Aussage festgestellt, dass die meisten persönlich wichtigen Menschen es gut finden, wenn die Befragten in ihrer Freizeit Parks und Grünanlagen aufsuchen. Die Messung erfolgte ebenfalls mittels einer fünfstufigen Skala (1 = stimme voll und ganz zu; 5 = stimme gar nicht zu).

Für knapp zwei Drittel der insgesamt Befragten ist ein Parkbesuch üblich bis sehr üblich, er entspricht ihrer persönlichen Norm.

Abb. 5.38: Üblichkeit von Parkbesuchen gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



Weder zwischen den Geschlechtern noch zwischen den Altersgruppen ließen sich dabei signifikante Unterschiede feststellen (siehe Abb. 5.38). Dies gilt ebenso für die differenzierte Betrachtung der Merkmale Familiensituation, Zugang zu einem privaten Garten und Erwerbssituation.

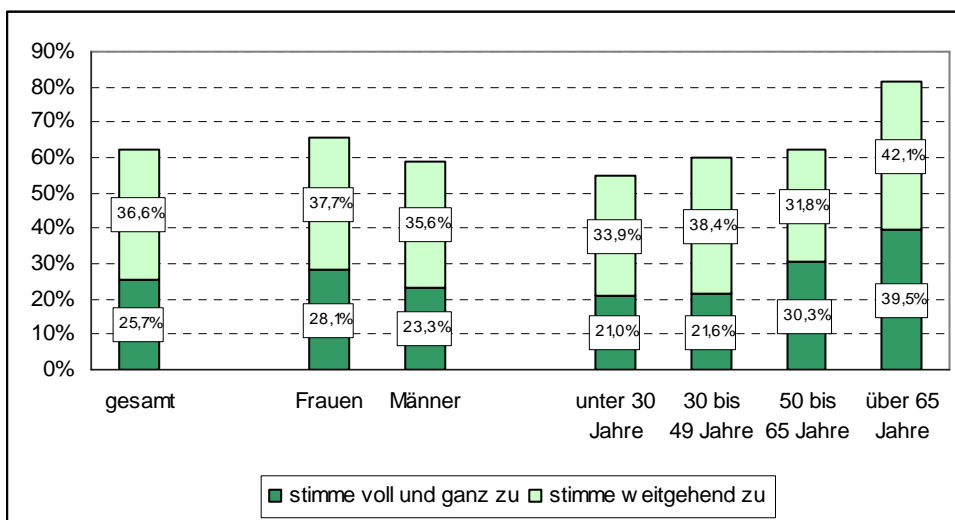
<sup>9</sup> hier ist der Unterschied signifikant

<sup>10</sup> Korrelation zwischen subjektiver Wichtigkeit von Parks und Grünanlagen und der Häufigkeit des Besuchs entfernt gelegener Erholungsgebiete:  $r = 0,127$ ,  $p < .05$

Erwartungsgemäß finden es dagegen die Nichtbesucher von Parks zu 62 % unüblich bis sehr unüblich einen Park aufzusuchen. Damit unterscheiden sie sich hochsignifikant von den regelmäßigen Besuchern des Westfalenparks und anderer Parks.

Ebenfalls knapp zwei Drittel aller telefonisch Befragten gaben an, dass ihnen persönlich wichtige Menschen es gut fänden, dass die Interviewten in ihrer Freizeit Parks nutzen. Männer und Frauen waren sich in ihren Antworten relativ ähnlich, Unterschiede ließen sich aber im Vergleich der Altersgruppen feststellen. Die ältesten Befragten stimmten dieser Frage häufiger zu als die Jüngeren. Dies korrespondiert mit den Angaben der Rentner und Arbeitslosen, die sich insbesondere von den Vollzeit Erwerbstätigen unterscheiden.

Abb. 5.39: Zustimmungen zur Frage, ob andere Menschen es gut finden, wenn die Befragten Parks aufsuchen, gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



Während die Merkmale Haushaltstyp und Zugang zu einem Garten bei dieser Frage keinen Einfluss gewannen, waren es wieder die Nichtbesucher von Parks, die signifikant deutlicher ablehnend antworteten.

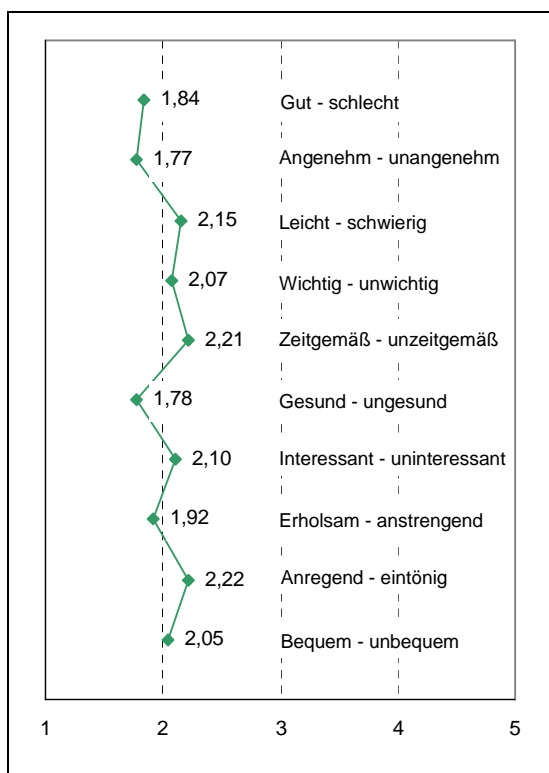
Die soziale und die subjektive Norm und die Häufigkeit von Parkbesuchen hängen dabei eng zusammen, d.h. je positiver das unmittelbare soziale Umfeld gegenüber Parkbesuchen eingestellt ist, desto ist üblicher die Parknutzung ( $r = 0,403$ ,  $p < .01$ ) und desto häufiger werden Parks aufgesucht ( $r = 0,510$ ,  $p < .01$ ).

### 5.6.3 Einstellungen zum Westfalenpark und Verhaltenskontrolle allgemein

Zur Erfassung der Einstellungen zum Westfalenpark wurden sämtliche Befragte aufgefordert sich vorzustellen, sie würden den Westfalenpark besuchen, um dann mittels zehn formulierten Antonympaaren auf einer fünfstufigen Skala einzuschätzen, wie sie dies fänden<sup>11</sup>.

Wie aus Abb. 5.40 deutlich wird, sind die Befragten dem Westfalenpark gegenüber durchweg positiv eingestellt. Insbesondere stellen sie sich einen Besuch des Westfalenparks als angenehm, gesund, gut und erholsam vor.

Abb. 5.40: Einstellungen zum Westfalenpark gesamt, Mittelwerte



Frauen antworteten immer positiver als Männer, bei sechs der zehn Items waren diese Unterschiede signifikant: Frauen fänden einen Besuch des Westfalenparks besser, angenehmer, leichter, zeitgemäßer, interessanter und anregender als Männer.

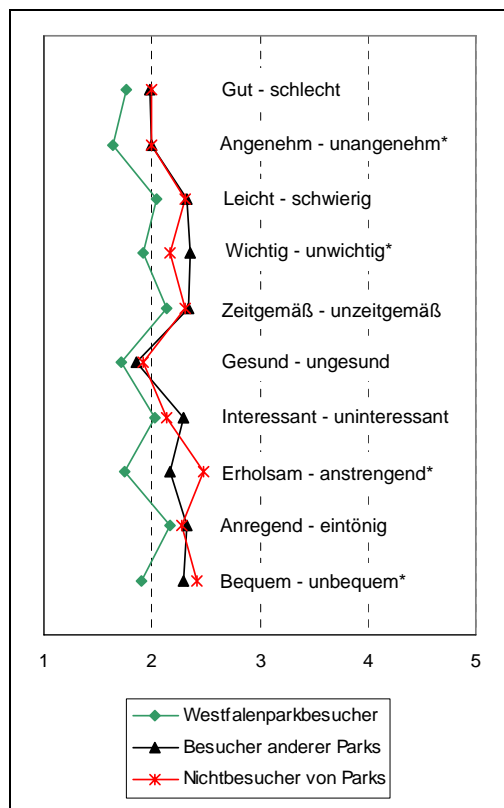
Auch die über 65-Jährigen antworteten beinahe immer positiver als die Jüngeren. Sie fänden einen Besuch des Westfalenparks signifikant interessanter und anregender als insbesondere die unter 30-Jährigen. Darüber hinaus empfänden die beiden älteren Gruppen den Westfalenparkbesuch zeitgemäßer als die beiden jüngeren Altersgruppen. Personen im Rentenalter und Arbeitslose fänden den Westfalenparkbesuch ebenfalls zeitgemäßer.

<sup>11</sup> Die 1 und die 5 bedeuteten dabei die beiden Pole – z. B. „gut“ und „schlecht“; mit den Ziffern 2 bis 4 konnten Abstufungen getroffen werden (für das genannte Bsp.: 2 = ziemlich gut, 3 = weder/noch, 4 = ziemlich schlecht).

Während das Merkmal Zugang zu einem Garten die Antworten nicht zu beeinflussen scheint, stellt die Familiensituation durchaus einen Einflussfaktor dar. Befragte aus Familien mit Kindern sind dem Westfalenpark gegenüber durchweg positiver eingestellt als Singles – sie stellen sich den Besuch des Westfalenparks vor allem häufiger als gut, angenehm, leicht und bequem vor.

Erwartungsgemäß stehen die regelmäßigen Besucher des Westfalenparks diesem positiver gegenüber als die regelmäßigen Besucher anderer Parks und diejenigen, die äußerst selten oder nie Parks aufsuchen (vgl. Abb. 5.41). Signifikante Unterschiede betreffen die Paare „angenehm – unangenehm“, „wichtig – unwichtig“, „erholsam – anstrengend“ und „bequem – unbequem“. Gleichwohl liegen auch in dieser Differenzierung alle Angaben im positiven Bereich, so dass es auch für die beiden bisherigen Nichtbesuchergruppen des Westfalenparks gut vorstellbar ist, diesen zu besuchen.

Abb. 5.41: Einstellungen zum Westfalenpark differenziert nach Besuchertypen, Mittelwerte

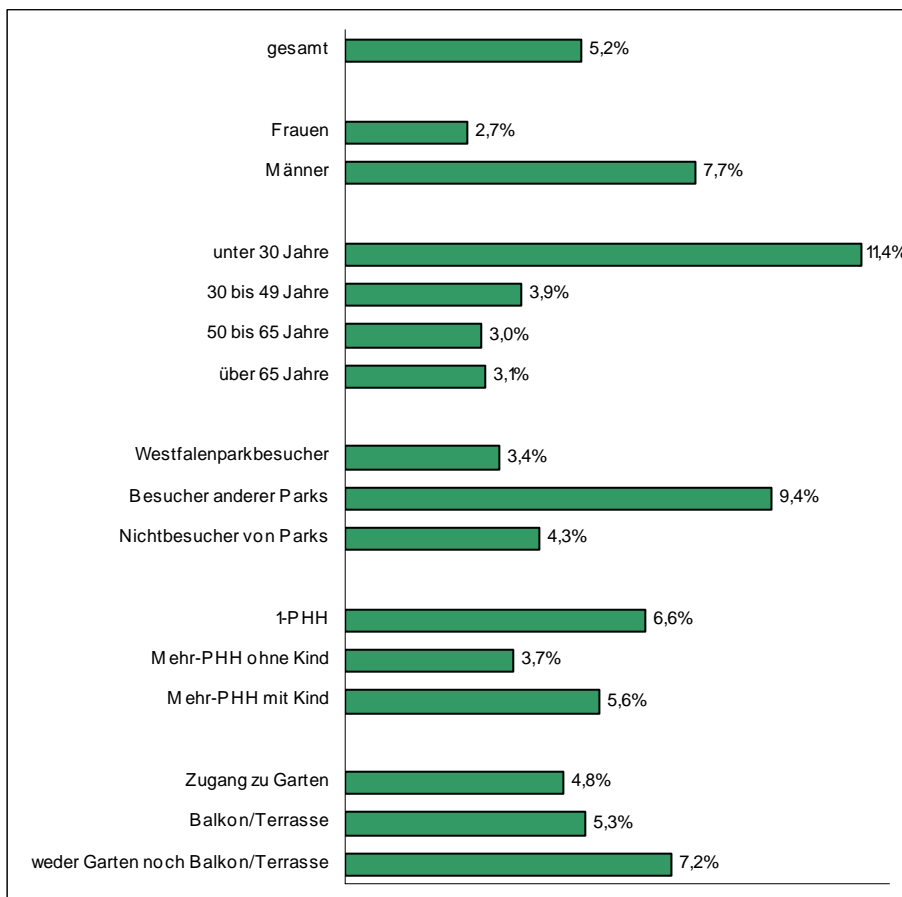


Mit dem Adjektivpaar „leicht – schwierig“ lässt sich auch die wahrgenommene Verhaltenskontrolle messen. Damit ist gemeint, dass keine Hinderungsgründe oder Hemmnisse gegen den Besuch des Westfalenparks sprechen und es den Befragten leicht fallen müsste, ihn aufzusuchen.

Wie aus der Darstellung der Mittelwerte hervorgeht, scheint dies in allen betrachteten Gruppen grundsätzlich der Fall zu sein – bei Frauen und Familien mit Kindern noch deutlicher als bei den Befragten insgesamt.

Dieses Ergebnis bestätigt sich auch bei der Betrachtung der prozentualen Verteilungen (Abb. 5.42): Insgesamt hatten nur 5 % der Befragten angegeben, sich den Besuch des Westfalenparks als (ziemlich) schwierig vorzustellen, unter 30-Jährige, Besucher anderer Parks und Männer etwas häufiger.

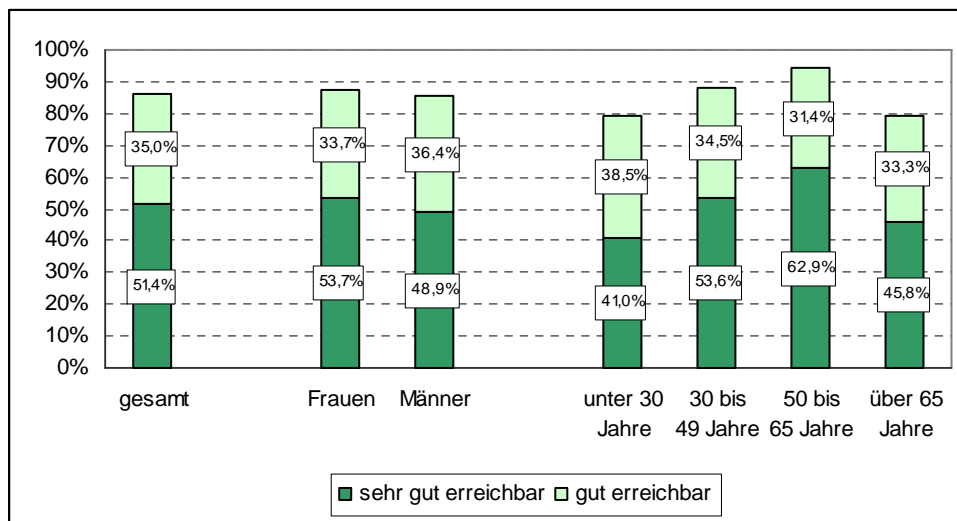
Abb. 5.42: Kumulierte Prozente von „ziemlich schwierig“ und „schwierig“ gesamt und differenziert nach Gruppen



Die wahrgenommene Verhaltenskontrolle wird auch dadurch beeinflusst, ob der Westfalenpark subjektiv als gut oder schlecht erreichbar eingeschätzt wird. Nur die regelmäßigen Besucherinnen und Besucher des Westfalenparks, die dies aufgrund ihrer Erfahrungen am besten beurteilen können, wurden daher gebeten, auf einer fünfstufigen Skala anzugeben, ob der Westfalenpark für sie sehr gut (Skalenwert 1) bis sehr schlecht (Skalenwert 5) erreichbar ist. Im Falle einer negativen Bewertung wurden sie ferner gebeten, konkrete Verbesserungsvorschläge zu benennen.

86 % der befragten Westfalenparkbesucher bewerteten ihn als sehr gut bis gut erreichbar, Frauen gleichermaßen wie Männer. Auch die Differenzierung nach Altersgruppen, Familiensituation, Zugang zu einem Garten und Erwerbstätigkeit brachte keine signifikanten Unterschiede zutage.

Abb. 5.43: Erreichbarkeit des Westfalenparks durch seine regelmäßigen Besucher, gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



Nur vier der 183 befragten Westfalenparkbesucher bemängelten die schlechte Erreichbarkeit des Westfalenparks, so dass die Auswertung der Verbesserungsvorschläge nicht sinnvoll ist.

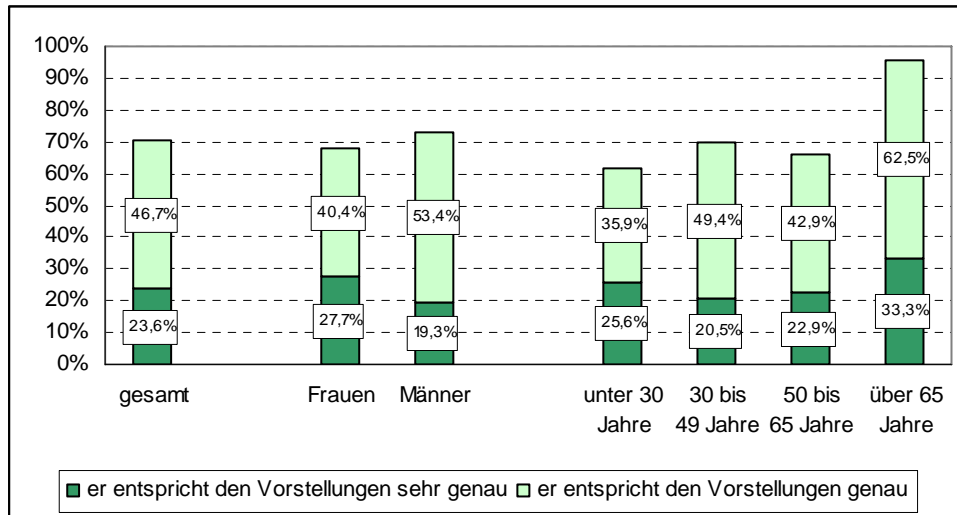
In diesem Zusammenhang ließ sich ferner feststellen, dass der überwiegende Teil der befragten Westfalenparkbesucher den Park hauptsächlich mit dem Pkw erreicht (41 %). 38 % suchen den Park in der Regel mit öffentlichen Verkehrsmitteln auf. Meist zu Fuß kommen 11 %, mit dem Rad 9 % der Besucher.

#### 5.6.4 Wertschätzung des Westfalenparks durch seine Besucher

Nur die regelmäßigen Besucherinnen und Besucher des Westfalenparks (N = 183) wurden weiter danach gefragt, ob der Westfalenpark ihren Vorstellungen von einem Stadtpark sehr genau (Skalenwert 1) bis gar nicht (Skalenwert 5) entspricht.

Wie die Abb. 5.44 zeigt, entspricht der Westfalenpark für 70 % seiner Besucher genau bis sehr genau den Vorstellungen, die sie von einem Stadtpark haben. Frauen und Männer unterschieden sich in dieser Hinsicht nicht voneinander. Die ältesten Befragten antworteten zwar positiver als die Jüngeren, allerdings erreichten diese Unterschiede kein signifikantes Niveau. Die differenzierte Betrachtung der soziodemographischen Merkmale Familiensituation, Zugang zu einem Garten und Erwerbstätigkeit erbrachte in dieser Frage ebenfalls keine auffälligen Abweichungen.

Abb. 5.44: Angaben zur Aussage, dass der Westfalenpark den Vorstellungen seiner Besucher von einem Stadtpark sehr genau bis genau entspricht; gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



Der ebenfalls gestellten Frage, ob der Westfalenpark eine Dortmunder Sehenswürdigkeit ist, die man z. B. Besuch vorführt, stimmten 82 % der Westfalenparkbesucher zu – Frauen mit 85 % noch etwas häufiger als Männer mit 78 %. Auch die Zustimmung der 50- bis 65-Jährigen (91 %) und der älter als 65-Jährigen (88 %) ist größer als die der unter 30-Jährigen (80 %) und der Befragten im Alter zwischen 30 und 49 Jahren (77 %). In der Differenzierung nach Familiensituation und Zugang zu einem Garten waren die Unterschiede dagegen kaum nennenswert.

Gleichzeitig betrachten zwei Drittel der Befragten den Westfalenpark als gute bis sehr gute Alternative zu anderen Erholungsgebieten im Umland – die Frauen mit 72 % wieder deutlicher als die Männer mit 61 %. Je älter die befragten Westfalenparkbesucher waren, desto größer war ihre Zustimmung. Einpersonenhaushalte sehen den Park mit 57 % positiver Antworten weniger häufig als Alternative zu anderen Erholungsgebieten an als Mehrpersonenhaushalte ohne Kinder (73 %) und mit Kindern (70 %). Das Merkmal Zugang zu einem Garten gewinnt bei dieser Frage keinen Einfluss.

### 5.6.5 Ergebnisse aus der face to face-Befragung

#### *Wichtigkeit und Stellenwert von Parks allgemein*

Auch die direkt im Westfalenpark Interviewten wurden gebeten anzugeben, wie wichtig ihnen Parks und Grünanlagen im Allgemeinen sind und ob ein Park ein Ersatz für den eigenen Garten sein kann.

99 % der Befragten halten Parks für sehr wichtig bis wichtig, nur eine Person war diesbezüglich unentschlossen und antwortete mit „teils/teils“. Diese noch deutlichere Zustimmung als in

der Bevölkerungsstichprobe ist wenig verwunderlich, denn in hier betrachteten Sample befinden sich keine Nichtbesucher von Parks. Erwartungsgemäß ergaben sich auch keine Unterschiede zwischen den verschiedenen Gruppen.

Hinsichtlich der Frage, ob ein Park ein Ersatz für den eigenen Garten sein kann, teilten sich auch hier die Meinungen in zwei Richtungen<sup>12</sup>. 63 % der Befragten gaben an, dass ein Park durchaus einen eigenen Garten ersetzen kann, wobei davon 44 % einschränkend anmerkten, dass dies nur der Fall sei, wenn kein eigener Garten vorhanden ist. Ansonsten konstatierten auch diese Befragten die Vorteile von Parks aufgrund von deren Größe und dem Fehlen lästiger Gartenarbeit. Parks sind außerdem ein Stück Natur, Ausflugsziele und Orte der Kommunikation.

Tab. 5.10: Antworten der Onsite-Gruppe auf die Frage, ob ein Park ein Ersatz für den eigenen Garten sein kann

Kann ein Park ein Ersatz für den eigenen Garten sein?	Häufigkeiten (in %)	Gründe (Mehrfachantworten, Nennungen über 5 % der Fälle)
ja	63,0	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nur Ersatz, wenn kein eigener Garten vorhanden (44 %)</li> <li>- aufgrund der Größe im Park mehr Freiräume (27 %)</li> <li>- keine anstrengende Gartenarbeit (20 %)</li> <li>- Park ist mehr Natur (17 %)</li> <li>- Park ist Ausflugsziel und Attraktion (15 %)</li> <li>- Park ist ein kommunikativer Ort (7 %)</li> </ul>
nein	32,1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Garten ist ein privater Ort (42 %)</li> <li>- Garten bietet mehr Bequemlichkeit (25 %)</li> <li>- Garten kann man selbst gestalten (25 %)</li> <li>- Park kann kein Ersatz sein (13 %)</li> <li>- Park ist nur ein schlechter Ersatz (8 %)</li> </ul>
weiß nicht	4,1	

Die 32 % Gartenbefürworter finden, dass ein Park den eigenen Garten nicht oder nur schlecht ersetzen kann, weil dieser ein Ort der Privatheit ist, der mehr Bequemlichkeit bietet, weil er bspw. direkt vor der Haustür liegt, und den man selbst bewirtschaften und gestalten kann.

Die einzelnen Gruppen unterscheiden sich in dieser Frage kaum voneinander. Lediglich diejenigen, die einen privaten Garten nutzen können, unterstrichen wieder die mangelnde Ersatzfunktion von Parks.

### **Subjektive und soziale Normen**

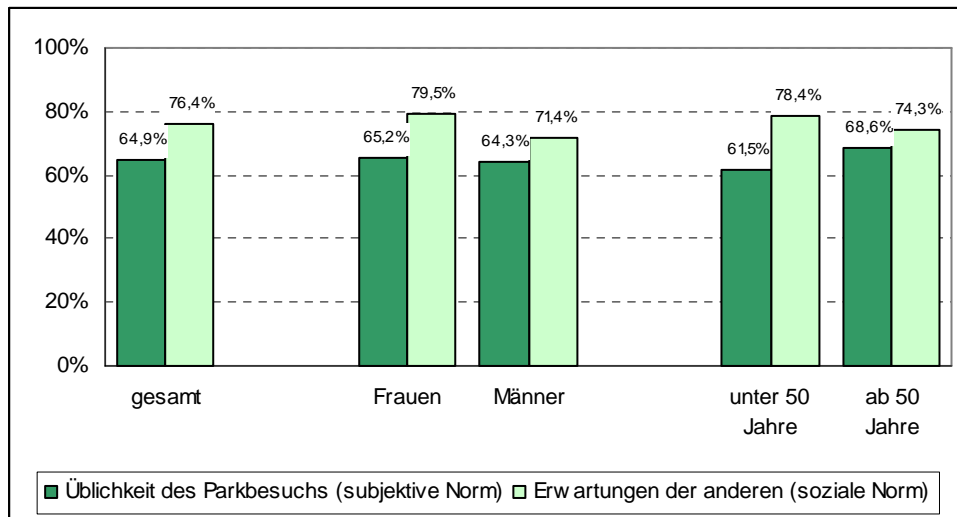
Auch in den face to face-Interviews wurden die subjektiven und sozialen Normen erfasst, diesmal jedoch mit direktem Bezug zum Westfalenpark. Danach ist es – ähnlich den Ergebnissen der Bevölkerungsbefragung – für knapp zwei Drittel der Befragten üblich, den Westfalenpark aufzusuchen. Darüber hinaus stimmten hier drei Viertel der Interviewten zu, dass ihnen wichtige Personen es gut fänden, wenn die Befragten in ihrer Freizeit den Westfalen-

<sup>12</sup> Die Fragestellung war in den face to face-Interviews aufgrund der Erfahrungen aus der Telefonbefragung etwas optimiert worden. Die Befragten hier wurden gebeten, zuerst anzugeben, ob ein Park ein Ersatz sein kann oder nicht, und dies dann zu begründen.



park besuchen. Damit ist dieser Anteil höher als in der repräsentativen Telefonbefragung. Unterschiede zwischen den Gruppen ließen sich nur in sofern feststellen, dass regelmäßige Westfalenparkbesucher in beiden Fällen signifikant häufiger zustimmten als unregelmäßige Westfalenparkbesucher, und dass Personen mit Zugang zu einem privaten Garten den Besuch des Westfalenparks weniger üblich finden als Personen ohne Zugang zu privatem Grün.

Abb. 5.45: Subjektive und soziale Normen im Hinblick auf Besuche des Westfalenparks gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen<sup>13</sup>



Wie bereits in der repräsentativen Bevölkerungsbefragung lässt sich auch für die Besucherinnen und Besucher des Westfalenparks feststellen, dass der Park umso häufiger aufgesucht wird, je üblicher der Besuch für die Interviewten ist ( $r = 0,847$ ,  $p < .01$ ) und je positiver die Einstellungen der Bezugspersonen zum Westfalenpark sind ( $r = 0,285$ ,  $p < .05$ ).

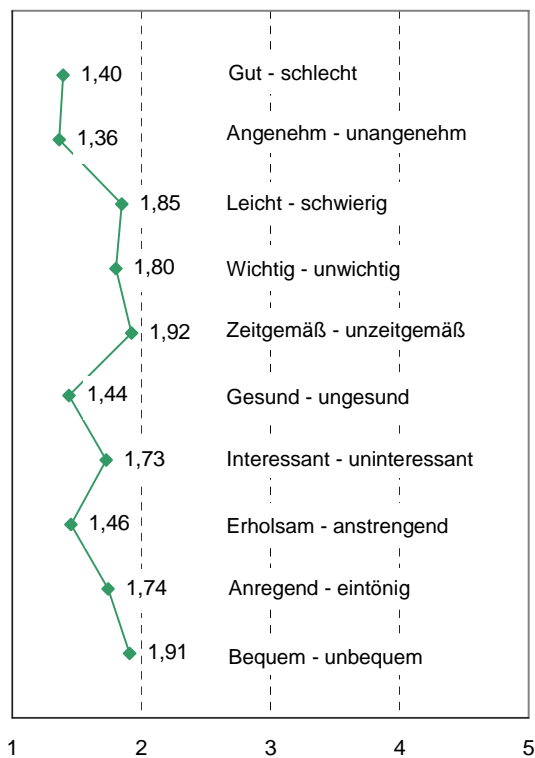
### **Einstellungen und Verhaltenskontrolle**

Wie bereits in der Bevölkerungsbefragung wurde den Vor-Ort-Interviewten ebenfalls eine Liste mit Antonympaaren vorgelegt, um die Einstellung zum Westfalenpark zu messen. Die hier erfolgten Auswertungen erbrachten ähnliche Ergebnisse. Aufgrund des Fehlens von Nichtparkbesuchern im Sample sind die Einstellungen der face to face-Interviewten zum Westfalenpark sogar noch positiver als in der repräsentativen Bevölkerungsbefragung (siehe Abb. 5.46).

Zwischen Frauen und Männern ließen sich hier keine Unterschiede festmachen, ebenso bei den Merkmalen Familiensituation und Zugang zu einem Garten. Die Älteren finden den Besuch des Westfalenparks signifikant besser, leichter, zeitgemäßer, interessanter und anregender. Die regelmäßigen Westfalenparkbesucher antworteten signifikant häufiger als die unregelmäßigen Besucher, dass der Westfalenparkbesuch leicht, wichtig und erholsam ist.

<sup>13</sup> subjektive Norm = Üblichkeit des Westfalenparkbesuchs (kumulierte Prozente von „sehr üblich“ und „üblich“); soziale Norm = Zustimmung zur Frage, ob persönlich wichtige Personen es gut finden, wenn die Befragten den Westfalenpark aufsuchen (kumulierte Prozente von „stimme voll und ganz zu“ und „stimme weitgehend zu“)

Abb. 5.46: Einstellungen der Onsite-Gruppe zum Westfalenpark gesamt, Mittelwerte



Grundsätzlich fällt es den Befragten überwiegend leicht, den Park aufzusuchen. Lediglich zwei Befragte empfanden dies als schwierig. Für 88 % der Befragten ist der Park gut bis sehr gut erreichbar. Abstriche machten nur die unregelmäßigen Westfalenparkbesucher (56 % zustimmende Antworten).

### **Wertschätzung des Westfalenparks**

Auch in der face to face-Befragung wurde gefragt, ob der Westfalenpark den individuellen Vorstellungen von einem Stadtpark entspricht und ob er in den Augen der Interviewten eine Dortmunder Sehenswürdigkeit darstellt. Wie in der Bevölkerungsbefragung waren die Antworten in beiden Fällen deutlich positiv: Für 93 % erfüllt der Westfalenpark die Ansprüche an einen Stadtpark (sehr) genau, 74 % halten ihn für eine Dortmunder Sehenswürdigkeit, die man gern Besuchern vorführt. Gruppenunterschiede ließen sich in beiden Fällen nicht feststellen.

Wie die Ergebnisse aus beiden Befragungen belegen, sind Parks der Dortmunder Wohnbevölkerung und den Besucherinnen und Besuchern des Westfalenparks sehr wichtig. Parkbesuche sind persönlich übliche Aktivitäten und werden vom sozialen Umfeld der Befragten unterstützt.

Die Einstellungen zum Westfalenpark sind ausnahmslos positiv. Insbesondere die regelmäßigen Besucherinnen und Besucher des Parks nehmen ihn als Dortmunder Sehenswürdigkeit wahr, die gut erreichbar ist und ihren persönlichen Vorstellungen von einer städtischen Parkanlage entspricht.

## 5.7 Bewertung des vorgestellten Nachhaltigen Stadtparks

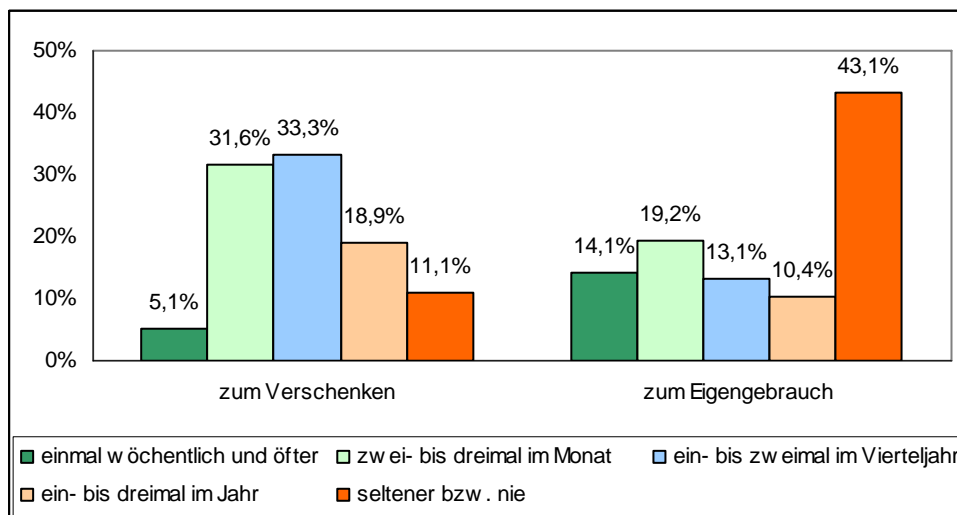
### 5.7.1 Kaufgewohnheiten, vorhandene Erntemöglichkeiten für Kräuter usw. und Interesse an Gartenthemen

Zu den Komponenten des Nachhaltigen Stadtparks gehören Konsummöglichkeiten für im Park angebaute Produkte und Informationsangebote rund um Gartenthemen. Unabhängig von der Vorstellung des neuen Stadtparkkonzepts wurden die Befragten gebeten anzugeben,

- wie häufig sie in der Regel Schnittblumen zum Verschenken oder für den Eigengebrauch erwerben,
- ob sie beim Einkaufen darauf achten, dass Obst und Gemüse aus biologischem Anbau bzw. aus der Region stammen,
- ob sie eigene Erntemöglichkeiten z. B. für Kräuter, Tomaten usw. haben,
- ob sie finden, dass sie über bei uns vorkommende Pflanzen aus Garten und Natur gut Bescheid wissen, und
- ob sie gerne mehr über bei uns wachsende Pflanzenarten in Garten und Natur erfahren würden.

Insgesamt betrachtet werden Schnittblumen und Blumensträuße häufiger zum Verschenken als für sich selbst gekauft. 37 % der Befragten verschenken mindestens zwei- bis dreimal im Monat Blumen, 23 % kaufen ähnlich oft Blumen für Zuhause.

Abb. 5.47: Häufigkeit des Blumenkaufs zum Verschenken und zum Eigengebrauch gesamt



Männer kaufen signifikant seltener Blumen für das eigene Zuhause als Frauen. Personen, die einen privaten Garten nutzen können, erwerben ebenfalls signifikant seltener Schnittblumen als Geschenk und für den Eigengebrauch als solche Befragte, die weder über Zugang zu einem Garten noch über einen Balkon oder eine Terrasse verfügen. Auch zwischen den Altersgruppen bestehen signifikante Unterschiede – ältere Befragte kaufen häufiger Blumen

zum Verschenken und für sich selbst als insbesondere die unter 30-Jährigen. Arbeitslose und Personen in Ausbildung kaufen signifikant seltener Blumen für sich selbst als Personen im Ruhestand.

Hinsichtlich der Parknutzungshäufigkeit und der Familiensituation bestehen dagegen keine Unterschiede zwischen den jeweiligen Gruppen.

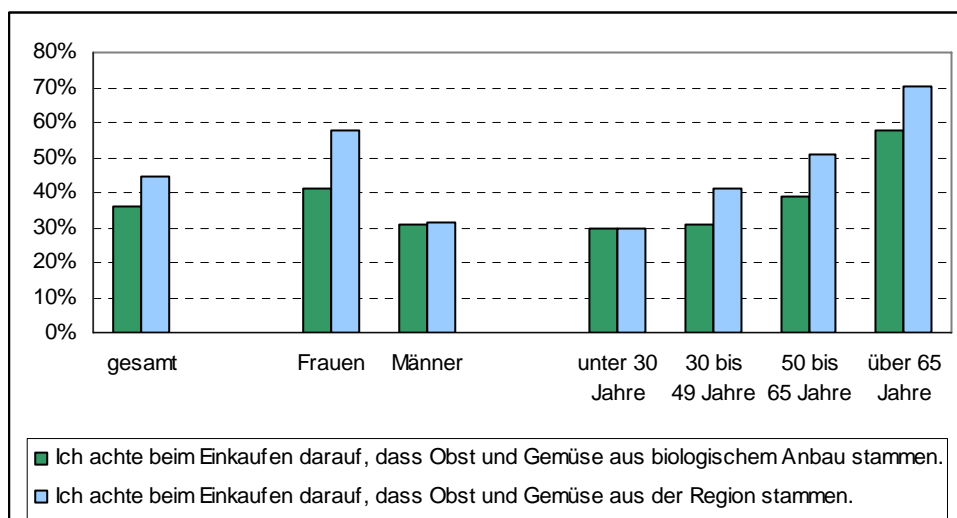
30 % der Befragten erwerben nur ein- bis dreimal im Jahr, seltener oder nie Blumen zum Verschenken, noch mehr (54 %) haben selten bis nie ein Interesse an Blumen für den Eigengebrauch. Diejenigen 73 Befragten, die nur ein- bis dreimal pro Jahr und noch seltener bzw. nie Blumen kaufen, wurden ferner um eine Begründung gebeten.

Zu den hauptsächlichen Gründen<sup>14</sup> zählen, dass

- Blumen zu teuer sind (22 %)
- nur zu seltenen Anlässen (z. B. Geburtstage) erworben werden (18 %)
- Schnittblumen vergänglich sind und schnell verwelken (17 %)
- Schnittblumen nicht von Interesse sind (15 %)
- im eigenen Garten selbst ausreichend Blumen zu finden sind (14 %).

36 % bzw. 45 % der insgesamt Befragten achten beim Einkaufen darauf, dass Obst und Gemüse aus biologischem Anbau bzw. aus der Region stammen, Frauen jeweils signifikant häufiger als Männer. Je älter die Befragten waren, desto öfter antworteten sie zustimmend. Arbeitslosen ist die biologische und regionale Herkunft der Obst- und Gemüseprodukte dagegen weniger wichtig. Die Merkmale Parkbesuchshäufigkeit, Familiensituation und Zugang zu einem Garten ergaben keine Unterschiede.

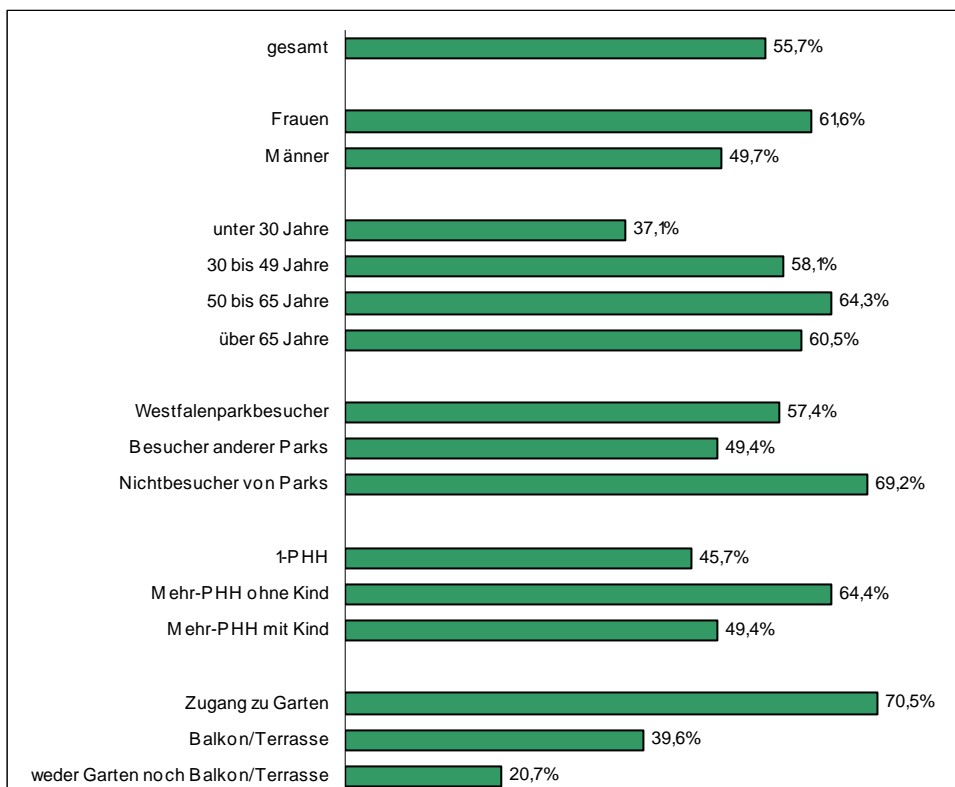
Abb. 5.48: Beim Einkaufen darauf achten, ob Obst und Gemüse aus biologischem Anbau bzw. aus der Region stammen (kumulierte Prozente von „stimme voll und ganz zu“ und „stimme weitgehend zu“), gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



<sup>14</sup> Mehrfachantworten in Prozent der Fälle

Deutlich mehr als die Hälfte der Befragten (56 %) verfügt über eigene Möglichkeiten, um Kräuter, Tomaten usw. anzubauen und zu ernten, Frauen signifikant häufiger als Männer. Erwartungsgemäß handelt es sich dabei vor allem um Befragte, die einen privaten Garten nutzen können (71 %) und die sich dabei von denen ohne Garten signifikant unterscheiden. Auch die älteren Befragten verfügen signifikant häufiger über eigene Erntemöglichkeiten als die unter 30-Jährigen. Die Unterschiede zwischen den verschiedenen Haushalts- und Parknutzertypen blieben dagegen auf nicht-signifikantem Niveau.

Abb. 5.49: Vorhandensein von eigenen Erntemöglichkeiten für Kräuter, Tomaten usw., gesamt und differenziert nach Gruppen



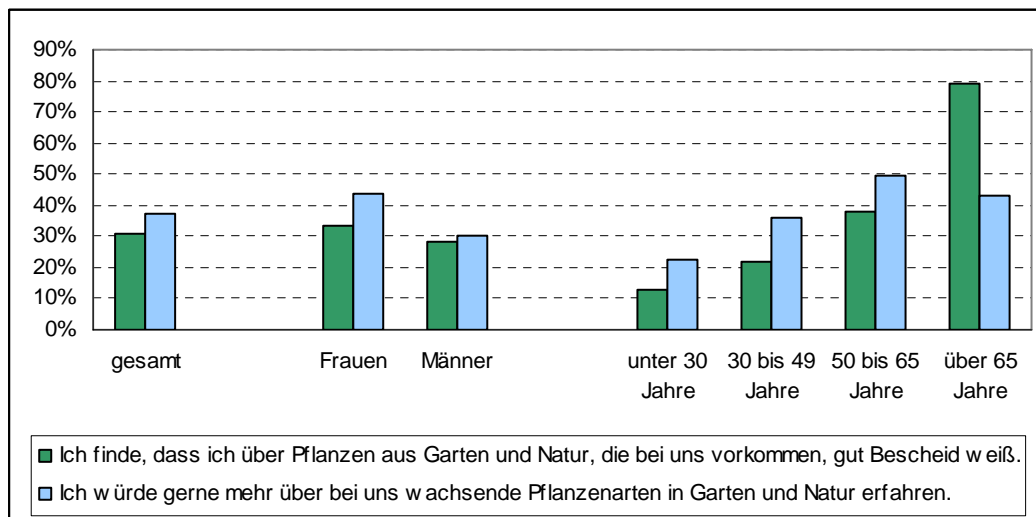
Neben den Kaufgewohnheiten bei Blumen, Obst und Gemüse sowie den ggf. vorhandenen eigenen Erntemöglichkeiten interessierten in diesem Zusammenhang auch die Aspekte Wissen über und Informationsinteresse an (Garten)Pflanzen aus unseren Breiten.

Wie die Abb. 5.50 zeigt, ist das Wissen der Befragten über bei uns vorkommende Pflanzenarten aus Garten und Natur mit nur 31 % positiver Antworten relativ gering ausgeprägt. Während sich Männer und Frauen in dieser Beziehung nicht unterscheiden, wissen die älteren Befragten signifikant besser Bescheid als die unter 30-Jährigen, die größte Zustimmung war bei den älter als 65-Jährigen festzustellen. Der Wissensstand der Gartennutzer ist erwartungsgemäß ebenfalls höher als derjenige der Nicht-Gartennutzer. Die Familiensituation und die Parknutzungshäufigkeit haben indessen keinen signifikanten Einfluss.

Wie die Abb. 5.50 weiter zeigt, würden 37 % der insgesamt Befragten gern mehr über bei uns wachsende Pflanzenarten aus Garten und Natur erfahren, Frauen signifikant häufiger als

Männer. Regelmäßige Westfalenparkbesucher bekundeten zu 40 % ihr Informationsinteresse, sie unterscheiden sich damit signifikant von den Nichtparkbesuchern (27 %). Im Gegensatz zum Wissensaspekt differieren die Angaben der verschiedenen Altersgruppen hierbei kaum. Auch der Vergleich der Merkmale Haushaltstyp und Zugang zu einem Garten erbrachte keine Unterschiede.

Abb. 5.50: Wissen über Pflanzen und Informationsbedarf (kumulierte Prozente von „stimme voll und ganz zu“ und „stimme weitgehend zu“), gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen

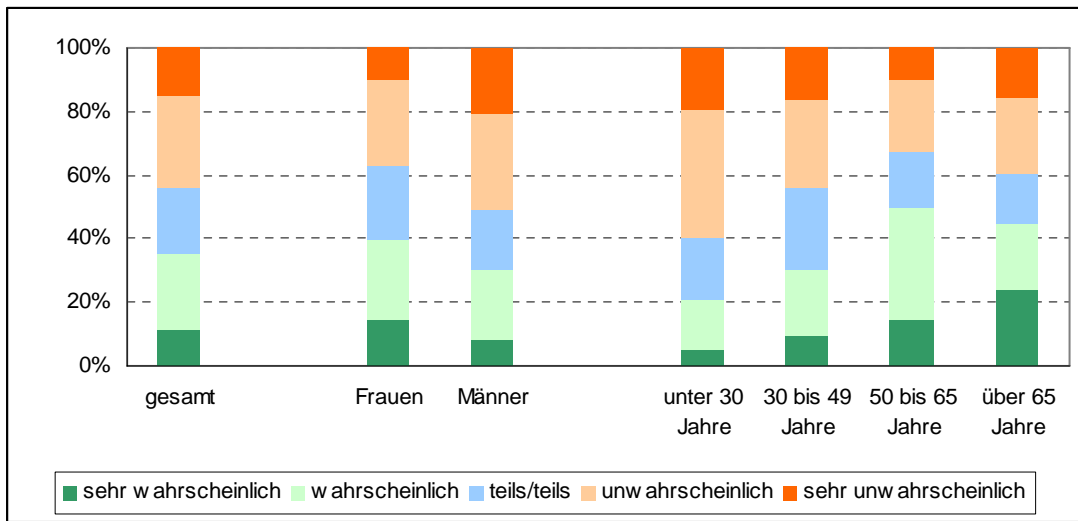


### 5.7.2 Bewertung des vorgestellten Nachhaltigen Stadtparks

Die Umsetzung des Nachhaltigen Stadtparkkonzepts im Dortmunder Westfalenpark ginge einher mit einer deutlich sichtbaren Veränderung in einem Teilbereich des Parks. Von zentralem Interesse war es daher, die Akzeptanz der Dortmunder Bevölkerung gegenüber diesem Konzept zu ermitteln. Dazu sollten die Befragten einerseits die Wahrscheinlichkeit für einen (häufigeren) Besuch des Westfalenparks angeben, wenn in einem Teil des Parks blühende Pflanzen das ganze Jahr über zu sehen sein werden und im Park angebaute Pflanzen und Schnittblumen erworben werden können. Andererseits wurden den Befragten verschiedene Konzeptideen des Nachhaltigen Stadtparks mit der Bitte vorgestellt, auf einer Skala von 1 (= stimme voll und ganz zu) bis 5 (= stimme gar nicht zu) zuzustimmen, ob diese Komponenten jeweils ein Grund wären, den Westfalenpark dann häufiger oder überhaupt zu besuchen.

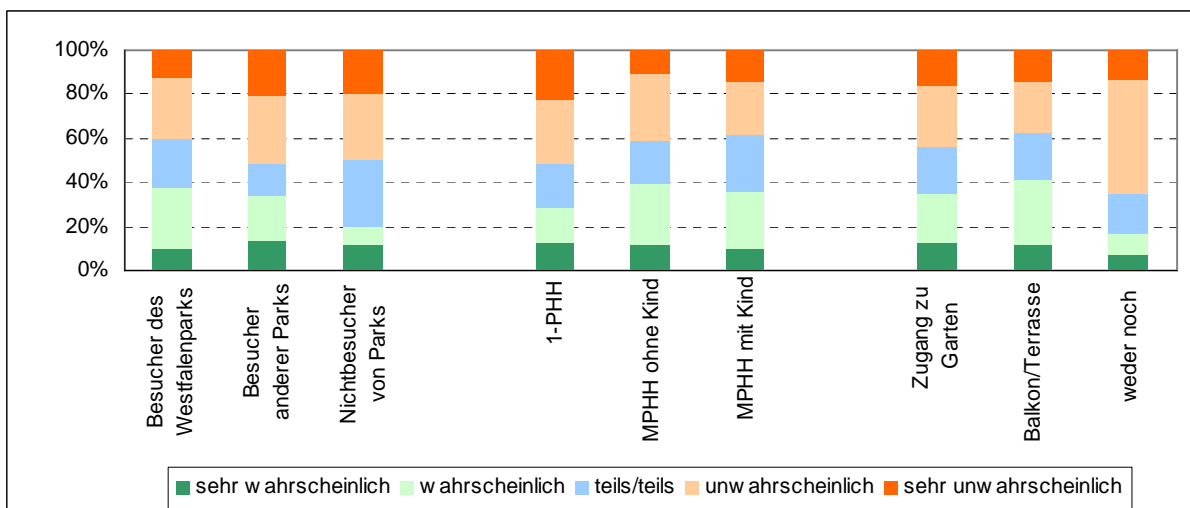
Die Wahrscheinlichkeit eines (häufigeren) Besuchs des Westfalenparks nach seiner Umgestaltung kann als relativ hoch eingeschätzt werden. 35 % der insgesamt Befragten halten es für wahrscheinlich bis sehr wahrscheinlich, den Westfalenpark nach dessen Umgestaltung häufiger als vorher bzw. überhaupt aufzusuchen. Zwischen den Geschlechtern und den Altersgruppen bestanden bei dieser Frage signifikante Unterschiede. Frauen und 50- bis 65-Jährige halten dann erfolgende Westfalenparkbesuche für noch wahrscheinlicher als Männer und unter 30-Jährige.

Abb. 5.51: Wahrscheinlichkeit des (häufigeren) Westfalenparkbesuchs nach dessen Umgestaltung, gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



In der Differenzierung der übrigen Teilgruppen (siehe Abb. 5.52) bleiben die Unterschiede auf einem nicht-signifikanten Niveau. Haushalte ohne Kinder und mit Kindern sind am umgestalteten Westfalenpark in ähnlich hohem Maße interessiert und auch der private Zugang zu einem Garten manifestiert sich nicht in den Antworten. 37 % der aktuell bereits regelmäßigen Westfalenparkbesucher würden den Park nach der Umgestaltung (sehr) wahrscheinlich öfter aufsuchen als bisher. Mit 34 % ähnlich hoch ist der Zuspruch derjenigen, die bislang nur andere Dortmunder Parkanlagen, nicht aber den Westfalenpark nutzen. Immerhin auch knapp jeder Fünfte (19 %) der Befragten, die bislang überhaupt keine Parks aufsuchen, wäre dann an einem Besuch des Westfalenparks interessiert.

Abb. 5.52: Wahrscheinlichkeit des (häufigeren) Westfalenparkbesuchs nach dessen Umgestaltung nach Parknutzungshäufigkeit, Familiensituation und Zugang zu einem Garten



Während das bisher Genannte eine eher allgemeine Einschätzung zur Akzeptanz eines nachhaltig umgestalteten Westfalenparks liefert und damit z. B. einer Potenzialabschätzung zukünftiger Besucherzahlen dienen kann, zeigt die Tab. 5.11, wie sich die Zustimmung der Dortmunder Wohnbevölkerung zu den verschiedenen Komponenten eines Nachhaltigen Stadtparks im Einzelnen darstellt.

Tab. 5.11: Zustimmung zu den Einzelkomponenten des Nachhaltigen Stadtparks gesamt (kumulierte Prozente von „stimme voll und ganz zu“ und „stimme weitgehend zu“)

Aussage	in Prozent
Wenn es im Westfalenpark auch in den Wintermonaten blühende Pflanzen zu sehen gäbe, wäre dies für mich ein Grund, ihn zu besuchen.	55,5
Wenn es im Westfalenpark die Möglichkeit gäbe, würde ich im Park angebaute Schnittblumen oder Blumensträuße kaufen.	34,4
Wenn es im Westfalenpark die Möglichkeit gäbe, würde ich im Park aufgezogene Pflanzen oder Kräuter für meinen Garten oder Balkon kaufen.	43,2
Wenn im Westfalenpark Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen durchgeführt würden, würde ich diese besuchen.	41,7
Wenn es im Westfalenpark eine Pflanzenwerkstatt gäbe, die Kurse anbietet, würde ich dort Kunsthandwerkliches oder Wellnessprodukte aus Pflanzen gern selbst herstellen.	23,7
Wenn es im Westfalenpark eine Pflanzenwerkstatt gäbe, die Kurse anbietet, würde ich dort Kunsthandwerkliches oder Wellnessprodukte aus Pflanzen gern kaufen.	24,5
Wenn es in den ansässigen Restaurants Gerichte mit Produkten aus dem Westfalenpark gäbe, würden mich diese besonders interessieren.	41,3

Blühende Pflanzen auch in den Wintermonaten zu sehen, wäre für mehr als die Hälfte der Befragten ein Grund (mehr), den Westfalenpark zu besuchen. Mit 41 bis 43 % positiver Antworten ebenfalls recht hoch wären das Interesse am Kauf von im Westfalenpark aufgezogenen Pflanzen und Kräutern für Garten und Balkon, an Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen und am Verzehr von Gerichten mit Erzeugnissen aus dem Westfalenpark in den ansässigen Restaurants. Im Park angebaute und verkaufte Schnittblumen fänden bei gut einem Drittel der Befragten Anklang. Knapp ein Viertel der Befragten würde in einer Pflanzenwerkstatt entweder Kurse besuchen, um selbst Kunsthandwerkliches oder Wellnessprodukte aus Pflanzen herzustellen, oder dort Erstelltes kaufen.

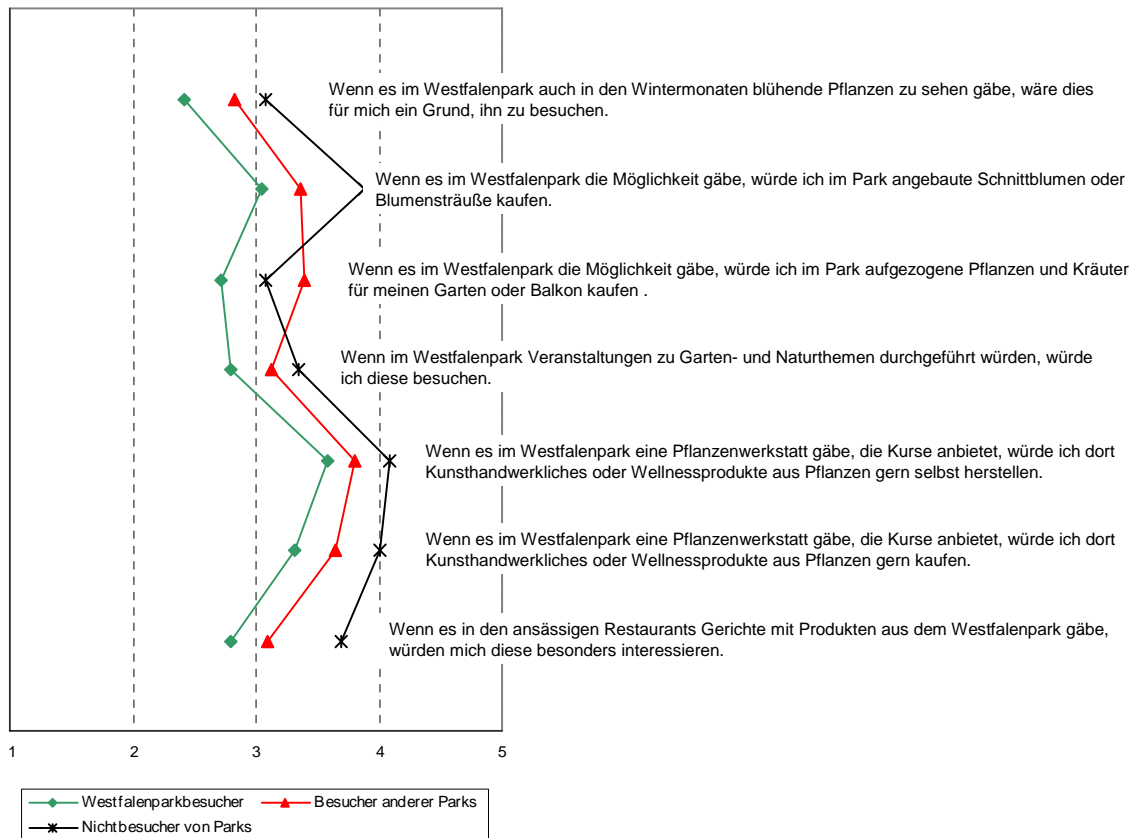
Frauen stimmten den genannten Aussagen durchweg häufiger zu als Männer, die Unterschiede zwischen den Geschlechtern sind mit Ausnahme des Items „Interesse an Produkten des Westfalenparks in den Restaurants“ signifikant. Die über 65-Jährigen sind signifikant häufiger am Erwerb von Kräutern und Pflanzen für den eigenen Garten oder Balkon und an Veranstaltungen zu Gartenthemen interessiert als die unter 30-Jährigen. Letztgenanntes trifft auch auf die Altersgruppe der 50- bis 65-Jährigen zu. Für Familien mit Kindern wäre die Möglichkeit, auch in den Wintermonaten blühende Pflanzen zu betrachten, signifikant attraktiver als für Singles.

Personen, die privat einen Garten nutzen können oder in einer Wohnung mit Balkon/Terrasse wohnen, sind eher am Erwerb von Kräutern und Pflanzen interessiert als Personen, die weder über einen Garten noch einen Balkon verfügen. Darüber hinaus würden sich private Gartennutzer mehr für die Speisen und Getränke mit Produkten aus dem Westfalenpark interessieren.



Wie die Abb. 5.53 zeigt, stehen auch die aktuell regelmäßigen Westfalenparkbesucher den vorgestellten Angeboten durchweg positiver gegenüber als die übrigen Befragten. Mit Ausnahme des Items „selbst Produkte in der Pflanzenwerkstatt herstellen“ sind diese Unterschiede signifikant.

Abb. 5.53: Zustimmung zu den Einzelkomponenten des Nachhaltigen Stadtparks differenziert nach Parknutzung, Mittelwerte



Betrachtet man diesbezüglich noch einmal die prozentualen Anteile der Zustimmungen (siehe Tab. 5.12), zeigt sich besonders deutlich, dass die regelmäßigen Besucherinnen und Besucher des Westfalenparks ein überdurchschnittliches Interesse an den verschiedenen Angeboten haben. Gleichzeitig lässt sich aber auch feststellen, dass die Neuheiten eines Nachhaltigen Stadtparks auch bei mehr oder weniger großen Teilen der beiden bisherigen Nichtnutzergruppen des Westfalenparks auf Zustimmung stoßen. Die Wahrscheinlichkeit, dass der Westfalenpark nach der Umgestaltung bisher noch wenig Interessierte als Besucher gewinnen würde, kann demnach als relativ hoch eingeschätzt werden.

Tab. 5.12: Zustimmung zu den Einzelkomponenten des Nachhaltigen Stadtparks nach Parknutzung (kumulierte Prozente von „stimme voll und ganz zu“ und „stimme weitgehend zu“)

Aussage	Westfalenparkbesucher	Besucher anderer Parks	Nichtbesucher von Parks
Wenn es im Westfalenpark auch in den Wintermonaten blühende Pflanzen zu sehen gäbe, wäre dies für mich ein Grund, ihn zu besuchen.	61,2	46,1	44,0
Wenn es im Westfalenpark die Möglichkeit gäbe, würde ich im Park angebaute Schnittblumen oder Blumensträuße kaufen.	38,8	29,5	19,2
Wenn es im Westfalenpark die Möglichkeit gäbe, würde ich im Park aufgezogene Pflanzen oder Kräuter für meinen Garten oder Balkon kaufen.	49,7	29,9	42,3
Wenn im Westfalenpark Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen durchgeführt würden, würde ich diese besuchen.	45,9	37,1	26,9
Wenn es im Westfalenpark eine Pflanzenwerkstatt gäbe, die Kurse anbietet, würde ich dort Kunsthandwerkliches oder Wellnessprodukte aus Pflanzen gern selbst herstellen.	25,8	23,6	11,5
Wenn es im Westfalenpark eine Pflanzenwerkstatt gäbe, die Kurse anbietet, würde ich dort Kunsthandwerkliches oder Wellnessprodukte aus Pflanzen gern kaufen.	26,4	22,7	15,4
Wenn es in den ansässigen Restaurants Gerichte mit Produkten aus dem Westfalenpark gäbe, würden mich diese besonders interessieren.	45,4	38,2	26,9

### 5.7.3 Ergebnisse aus der face to face-Befragung

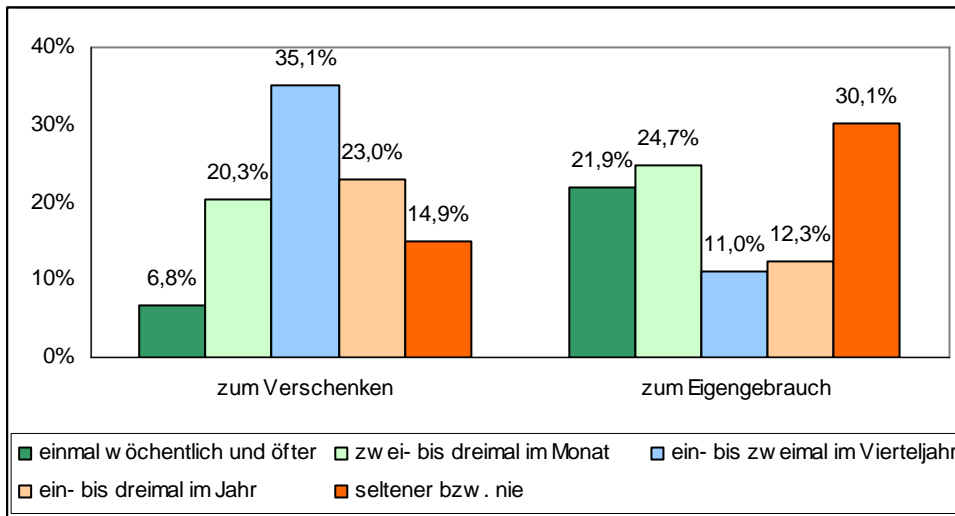
#### ***Kaufgewohnheiten, vorhandene Erntemöglichkeiten für Kräuter usw. und Interesse an Gartenthemen und Führungen***

Hinsichtlich dieser Aspekte wurden in der face to face-Befragung dieselben Fragen wie in der Bevölkerungsbefragung gestellt (vgl. Kap. 5.7.1)<sup>15</sup>. Zusätzlich wurde hier aber auch gefragt, ob die Befragten ein Interesse an Führungen im Westfalenpark haben.

Im Vergleich zur Telefonstichprobe fällt auf, dass die direkt im Westfalenpark Befragten deutlich häufiger Schnittblumen und Blumensträuße für sich selbst als zum Verschenken kaufen, Männer und jüngere Befragte allerdings wieder merklich seltener als Frauen und Ältere. Das Merkmal Zugang zu einem Garten hat diesmal keinen abträglichen Einfluss – im Gegenteil: im Park befragte Personen, die einen privaten Garten nutzen können, kaufen sogar überdurchschnittlich häufig Blumen. Gleichwohl sind die Anteile derjenigen, die selten oder nie Blumen kaufen, denen der repräsentativen Telefonstichprobe in etwa ähnlich.

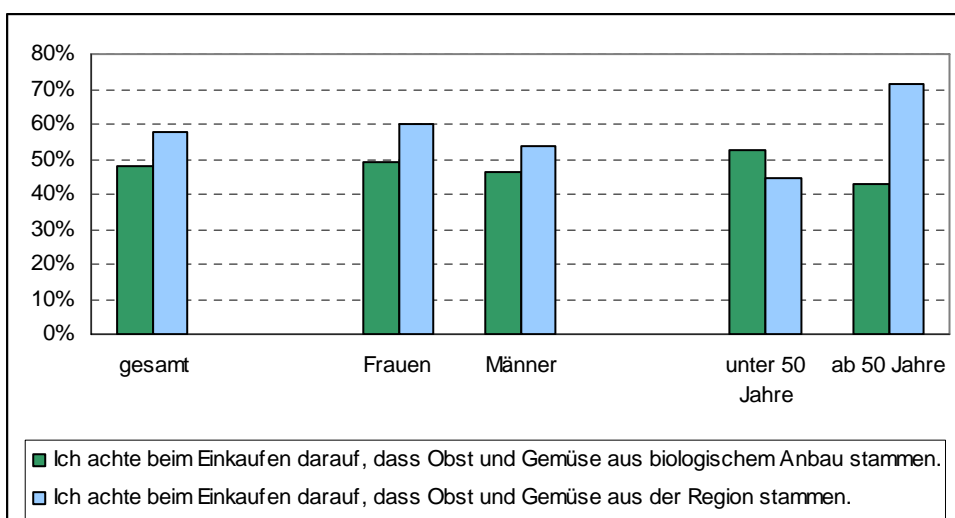
<sup>15</sup> Mit Ausnahme der offenen Frage nach den Gründen für den seltenen und Nichtkauf von Blumen, die hier nicht gestellt wurde.

Abb. 5.54: Häufigkeit des Blumenkaufs zum Verschenken und zum Eigengebrauch gesamt



Anteil mehr als in der Telefonbefragung, nämlich 48 % bzw. 58 % der face to face-Interviewten achten beim Einkaufen darauf, dass Obst und Gemüse aus biologischem Anbau bzw. aus der Region stammen. Während Frauen und Männer dabei ähnlich antworteten, geben die ab 50-Jährigen signifikant häufiger auf Produkte aus der Region Acht als die unter 50-Jährigen. Die Merkmale Zugang zu einem Garten, Regelmäßigkeit des Westfalenparkbesuchs und Familiensituation hatten dagegen wiederum keinen Einfluss auf das Kaufverhalten.

Abb. 5.55: Beim Einkaufen darauf achten, ob Obst und Gemüse aus biologischem Anbau bzw. aus der Region stammen (kumulierte Prozente von „stimme voll und ganz zu“ und „stimme weitgehend zu“), gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



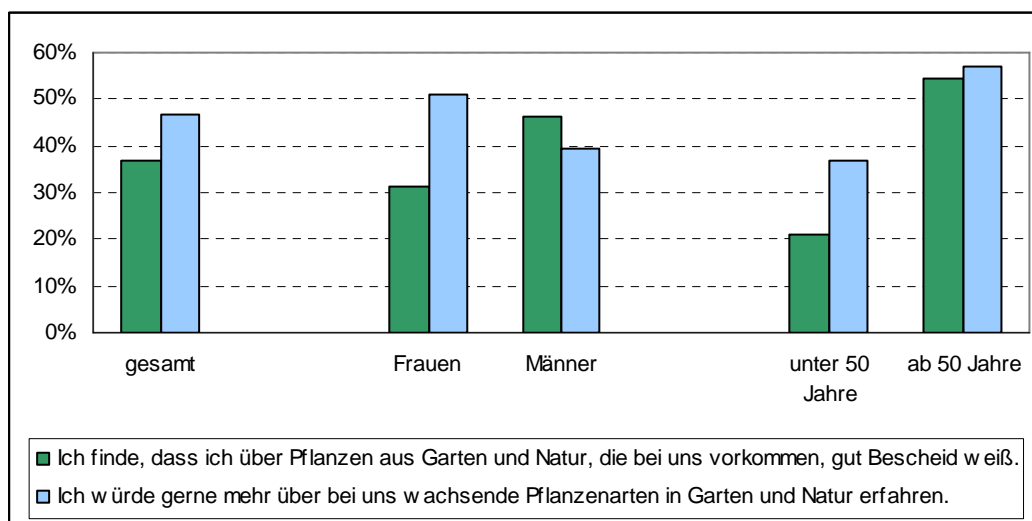
53 % der Befragten und damit ähnlich viele wie in der repräsentativen Bevölkerungsbefragung verfügen über eigene Erntemöglichkeiten von Kräutern, Tomaten usw., Personen mit Zugang zu einem Garten erwartungsgemäß signifikant häufiger als die übrigen Befragten.

Wie die Abb. 5.56 zeigt, ist das Wissen über bei uns vorkommende Pflanzenarten aus Garten und Natur mit 37 % zustimmender Antworten insgesamt wieder relativ gering ausgeprägt. Gleichzeitig äußerte knapp die Hälfte der Befragten (47 %) den Wunsch nach mehr Informationen auf diesem Gebiet.

Frauen wissen weniger als Männer über Gartenthemen Bescheid, sind dafür aber stärker an einer Wissenserweiterung interessiert. Diese Unterschiede blieben aber auf einem nicht-signifikanten Niveau.

Ältere Befragte gaben signifikant häufiger als Jüngere an, über heimische Pflanzen gut Bescheid zu wissen. Gleichzeitig – wenn auch nicht signifikant – interessieren sie sich mehr für dieses Thema. Der Wissensstand der Gartennutzer ist erwartungsgemäß wieder höher als der der Nicht-Gartennutzer.

Abb. 5.56: Wissen über Pflanzen und Informationsbedarf (kumulierte Prozente von „stimme voll und ganz zu“ und „stimme weitgehend zu“), gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



In den face to face-Interviews neu hinzugekommen war die Frage nach dem Interesse an Führungen im Westfalenpark.

26 % der direkt im Park Befragten äußerten ein Interesse an Führungen. Dabei sind Frauen mit 28 % und Ältere mit 29 % an Führungen tendenziell interessierter als Männer und Jüngere (21 bzw. 23 %). Gleiches gilt für Familien mit Kindern (36 %) im Vergleich zu Singles (15 %) und Mehrpersonenhaushalten ohne Kinder unter 18 Jahre (26 %). Auch Personen mit Zugang zu einem privaten Garten zeigten mit 38 % zustimmender Antworten ein größeres Interesse als solche, die keinen Garten nutzen können.

## **Bewertung des vorgestellten Nachhaltigen Stadtparks**

Die Fragen zur Bewertung des Nachhaltigen Stadtparkkonzepts waren dieselben wie in der Bevölkerungsumfrage, lediglich die Reihenfolge wurde getauscht: D. h. zuerst wurden den face to face-interviewten die zu kommentierenden Kernideen vorgestellt. Nach deren Kennen lernen sollten die Befragten weiter die Wahrscheinlichkeit abschätzen, mit der sie den Westfalenpark dann häufiger aufsuchen als bisher.

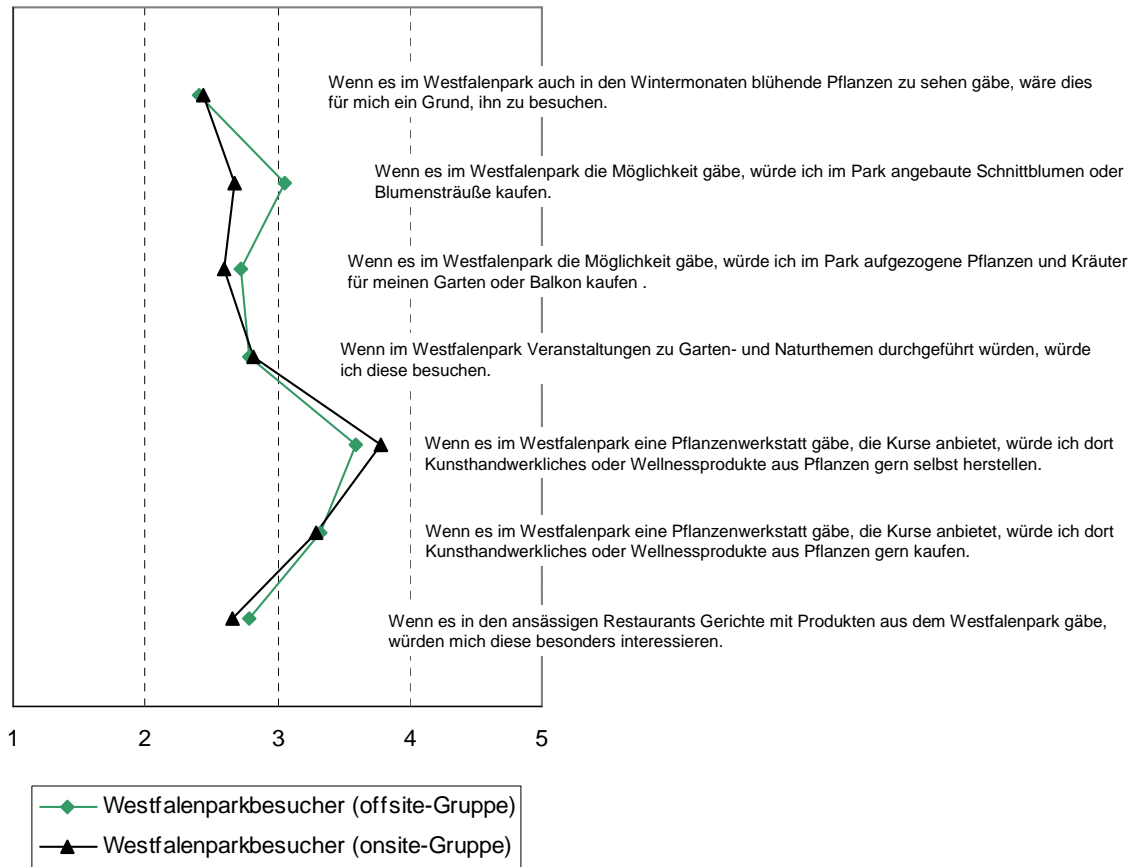
Tab. 5.13: Zustimmung zu den Einzelkomponenten des Nachhaltigen Stadtparks gesamt (kumulierte Prozente von „stimme voll und ganz zu“ und „stimme weitgehend zu“)

<b>Aussage</b>	<b>in Prozent</b>
Wenn es im Westfalenpark auch in den Wintermonaten blühende Pflanzen zu sehen gäbe, wäre dies für mich ein Grund, ihn zu besuchen.	56,2
Wenn es im Westfalenpark die Möglichkeit gäbe, würde ich im Park angebaute Schnittblumen oder Blumensträuße kaufen.	52,7
Wenn es im Westfalenpark die Möglichkeit gäbe, würde ich im Park aufgezogene Pflanzen oder Kräuter für meinen Garten oder Balkon kaufen.	50,0
Wenn im Westfalenpark Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen durchgeführt würden, würde ich diese besuchen.	44,6
Wenn es im Westfalenpark eine Pflanzenwerkstatt gäbe, die Kurse anbietet, würde ich dort Kunsthandwerkliches oder Wellnessprodukte aus Pflanzen gern selbst herstellen.	20,3
Wenn es im Westfalenpark eine Pflanzenwerkstatt gäbe, die Kurse anbietet, würde ich dort Kunsthandwerkliches oder Wellnessprodukte aus Pflanzen gern kaufen.	41,9
Wenn es in den Restaurants Gerichte mit Erzeugnissen aus dem Westfalenpark gäbe, würden mich diese besonders interessieren.	48,6

Wie auch in der Telefonbefragung ist das Interesse an den verschiedenen Einzelkomponenten des Nachhaltigen Stadtparks recht hoch (siehe Tab. 5.13). Blühende Pflanzen auch im Winter, die Konsummöglichkeiten und ein Angebot an Kursen und Veranstaltungen zu Gartenthemen finden größere Zustimmung als die eigene Herstellung von Kunsthandwerklichem und Wellnessprodukten in der Pflanzenwerkstatt.

Vergleicht man die regelmäßigen Westfalenparkbesucher der Onsite- und der Offsite-Gruppe, wird deutlich, dass sich beide so gut wie nicht unterscheiden (siehe Abb. 5.57). Die direkt im Park Befragten haben lediglich ein etwas stärkeres Interesse am Kauf von im Park angebauten Schnittblumen und Blumensträußen als die telefonisch befragten Dortmunder Bürgerinnen und Bürger.

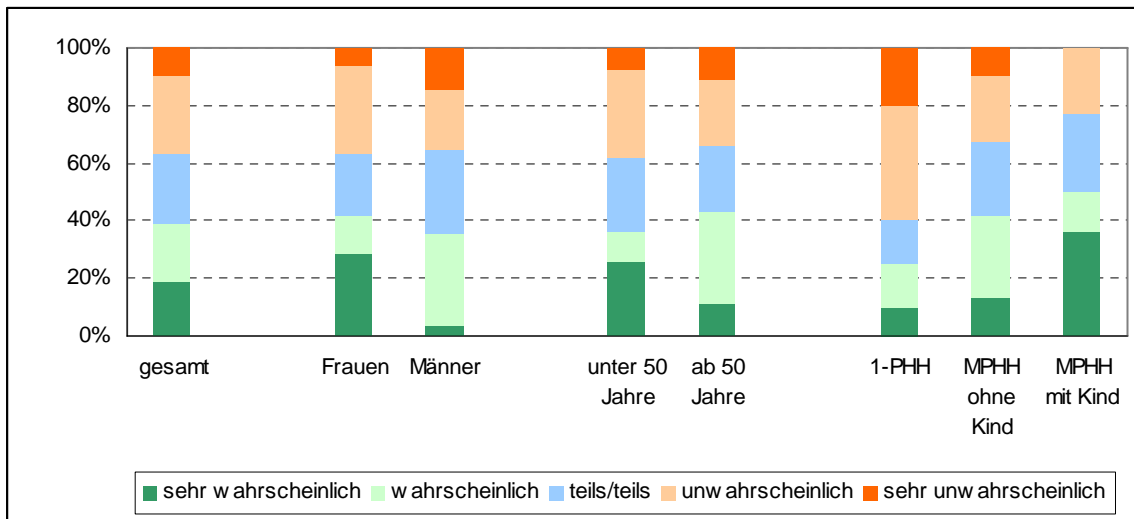
Abb. 5.57: Vergleich der telefonisch und face to face befragten regelmäßigen Westfalenparkbesucher bei der Zustimmung zu den Einzelkomponenten des nachhaltigen Stadtparks, Mittelwerte



Frauen können sich eher als Männer vorstellen, in der Pflanzenwerkstatt selbst etwas herzustellen. Gleiches gilt für Familien mit Kindern im Vergleich zu denen ohne Kinder. Ältere Befragte interessieren sich mehr für Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen als jüngere.

39 % der face to face-Befragten und damit ähnlich viele wie in der Bevölkerungsbefragung halten es für (sehr) wahrscheinlich, den umgestalteten Westfalenpark häufiger als bisher aufzusuchen, Familien mit Kindern signifikant häufiger als Haushalte ohne Kinder. Die übrigen Gruppen waren sich in ihren Antworten ziemlich ähnlich.

Abb. 5.58: Wahrscheinlichkeit des (häufigeren) Westfalenparkbesuchs nach dessen Umgestaltung, gesamt sowie nach Geschlecht, Alter und Familiensituation



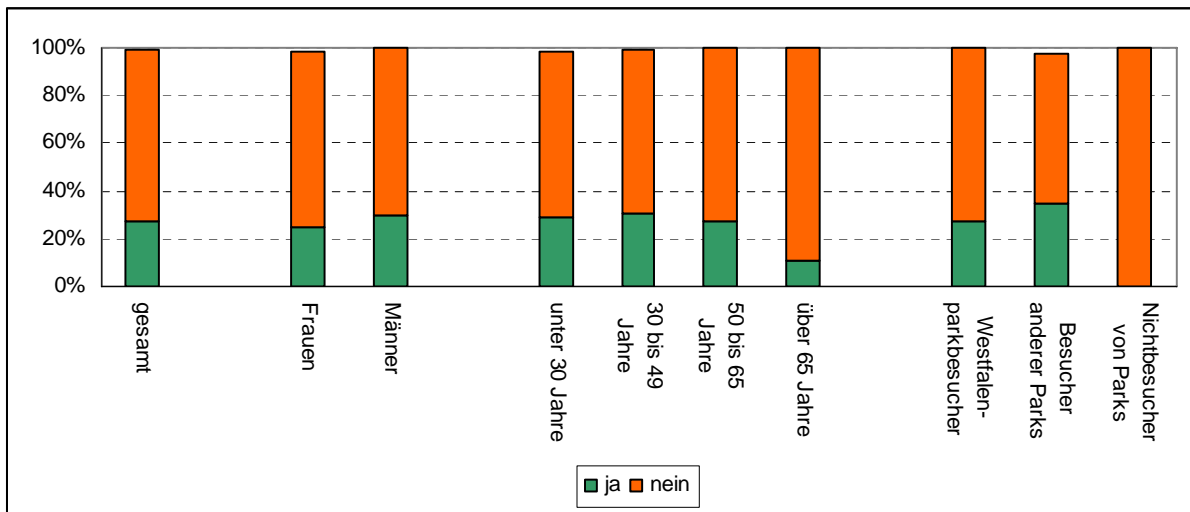
## 5.8 Mitwirkungsinteresse und Zahlungsbereitschaften

### 5.8.1 Mitwirkungsinteresse bei der Erhaltung der Qualität von Stadtparks

Das Konzept „Nachhaltiger Stadtpark“ fußt auf einem partizipativen Grundgedanken, wonach Interessierte in ein Netzwerk eingebunden werden sollen und in diesem auf verschiedene Art und Weise mitarbeiten können. Das Interesse der telefonisch befragten Bürgerinnen und Bürger an einer solchen Beteiligung wurde zweistufig ermittelt. Zuerst wurde danach gefragt, ob sich die Dortmunder grundsätzlich vorstellen können, selbst bei der Erhaltung oder Steigerung der Qualität von Stadtparks mitzuwirken. Sofern die Frage bejaht wurde, sollten diese Befragten weiter zu verschiedenen Möglichkeiten einer Mitwirkung Stellung nehmen und konnten darüber hinaus noch andere, für sie vorstellbare Formen der Beteiligung benennen.

Grundsätzlich können sich 27 % der Dortmunderinnen und Dortmunder eine Mitwirkung bei der Erhaltung und Steigerung der Qualität von Stadtparks vorstellen, Männer und jüngere Befragte etwas mehr als Frauen und ältere Befragte. Mit 35 % zustimmender Antworten können sich die Besucher anderer Parks als des Westfalenparks überdurchschnittlich häufiger eine Beteiligung vorstellen. Bei den Nichtbesuchern von Parks bestand dagegen überhaupt kein Interesse. Die Differenzierung nach den Merkmalen Familiensituation, Gartenbesitz und Erwerbstätigkeit erbrachte nur marginale Abweichungen.

Abb. 5.59: Grundsätzliches Mitwirkungsinteresse gesamt<sup>16</sup> sowie nach Geschlecht, Altersgruppen und Parknutzung



Wie die Tab. 5.14 zeigt, können sich etwa drei Viertel der grundsätzlich an einer Beteiligung Interessierten die spontane Mitwirkung bei Einzelaktionen, die Mitentscheidung bei der Auswahl von alternativen Entwürfen oder Konzepten sowie Spenden vorstellen. Richtig Hand anlegen bei der Anlage und beim Ausbau bzw. bei der Pflege des Parks würden 72 % bzw. 68 % der Befragten, die ein grundsätzliches Mitwirkungsinteresse signalisierten. Ähnlich viele wären an Baumpatenschaften interessiert. Für deutlich mehr als die Hälfte der an einer Partizipation Interessierten wären die Mitgliedschaft in einem Förderverein oder die Mitwirkung in einem Bewohnerbeirat denkbar. 26 % würden Seminare zu Gartenthemen selbst durchführen.

Tab. 5.14: Zustimmung zu verschiedenen Formen der Beteiligung gesamt

Beteiligung ...	in Prozent
durch Beteiligung bei der Pflege	67,9
durch Beteiligung bei der Anlage bzw. beim Ausbau	71,6
durch Baumpatenschaften	69,1
durch Mitentscheidung bei der Auswahl von alternativen Entwürfen/Konzepten	75,3
durch spontane Mitwirkung bei Einzelaktionen	77,8
durch Spenden	75,3
durch eine Mitgliedschaft im Förderverein	59,3
durch Mitwirkung in einem Bewohnerbeirat	55,6
durch selbst durchgeführte Seminare o.ä. zu Gartenthemen	25,9

<sup>16</sup> Zwei der 300 Befragten hatten mit „weiß nicht“ geantwortet.



Eine in diesem Zusammenhang durchgeführte Faktorenanalyse<sup>17</sup> erbrachte drei Aktivitätsformen einer möglichen Beteiligung:

- aktives Mitdenken: Dies umfasst die Mitentscheidung bei der Auswahl von Entwürfen/Konzepten, das Durchführen von Seminaren zu Gartenthemen und die Mitwirkung in einem Bewohnerbeirat.
- aktives Mit-Hand-Anlegen: Dies umfasst die Beteiligung bei der Anlage bzw. beim Ausbau des Parks, die spontane Mitwirkung bei Einzelaktionen und die Mithilfe bei der Parkpflege.
- passive finanzielle Unterstützung: Dies umfasst eine Mitgliedschaft in einem Förderverein, Baumpatenschaften und Spenden.

Sonstige Formen der Beteiligung, die von den Befragten offen ergänzt werden sollten, wurden kaum angeführt und betrafen im Wesentlichen die schon genannten Aspekte. Fünfmal genannt wurde der Aspekt der gezielten Einbindung von verschiedenen Gruppen (z. B. Kinder und Alte).

### **5.8.2 Zahlungsbereitschaft für erhöhte Eintrittspreise**

Die in einem Nachhaltigen Stadtpark ganzjährig zu genießende Blütenpracht attraktiver Gartenpflanzen, aber auch die Entnahme der hier erzeugten Schnittblumen, Staudenpflanzen, Kräuter o.ä. unter Wahrung des ästhetischen Gesamtbildes zu Verkaufszwecken erfordern einen höheren Pflegeaufwand als in konventionellen Parks. Zwar verfolgt das Konzept des „Nachhaltigen Stadtparks“ insbesondere eine Einnahmenerzielung durch den Verkauf von Produkten und andere kostenpflichtige Angebote, ggf. soll aber auch ein (erhöhter) Eintrittspreis der Anlagenpflege und der Verbesserung der Parkqualität zugute kommen. Da in Dortmund bereits für den Besuch des Westfalenparks ein Eintritt<sup>18</sup> verlangt wird, sollte in diesem Zusammenhang ermittelt werden, ob die Befragten nach der Umgestaltung des Parks bereit wären, ein höheres Entgelt zu zahlen. Sofern diese Frage bejaht wurde, sollten die Befragten ferner angeben, wie viel sie bereit wären mehr zu geben.

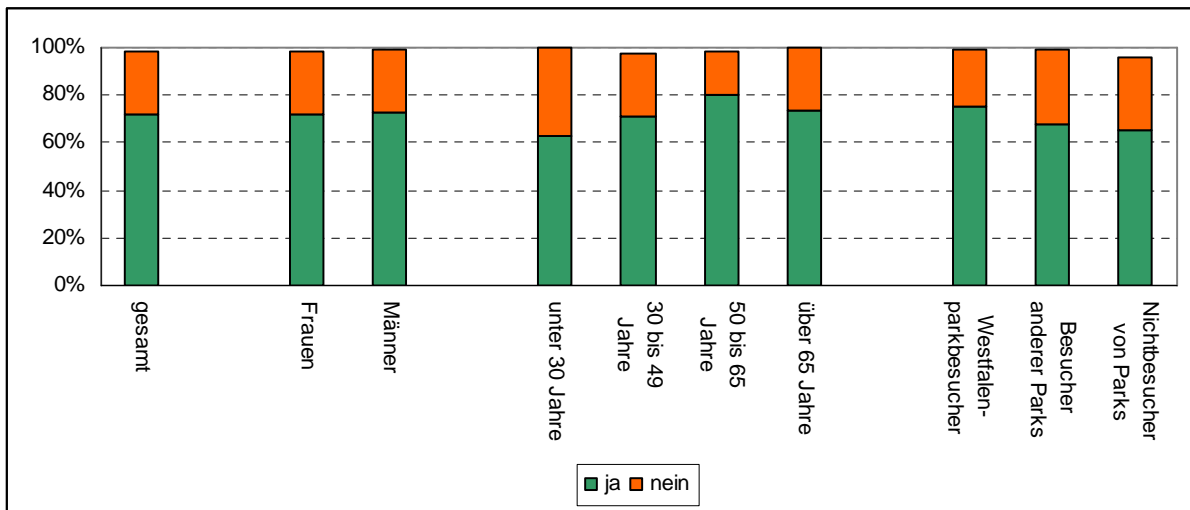
72 % aller telefonisch Befragten würden ein erhöhtes Eintrittsgeld zahlen, 27 % lehnten dies ab. Weder das Geschlecht noch das Alter oder das Parkbesuchsverhalten der Befragten hatten dabei einen Einfluss auf die Antworten. Gleiches gilt für die Merkmale Familiensituation, Zugang zu einem Garten und Erwerbstätigkeit.

---

<sup>17</sup> Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse; Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung; erklärte Gesamtvarianz: 53,5 %

<sup>18</sup> Tageskarte Erwachsene derzeit 2 Euro

Abb. 5.60: Grundsätzliche Zahlungsbereitschaft gesamt<sup>19</sup> sowie nach Geschlecht, Altersgruppen und Parknutzung

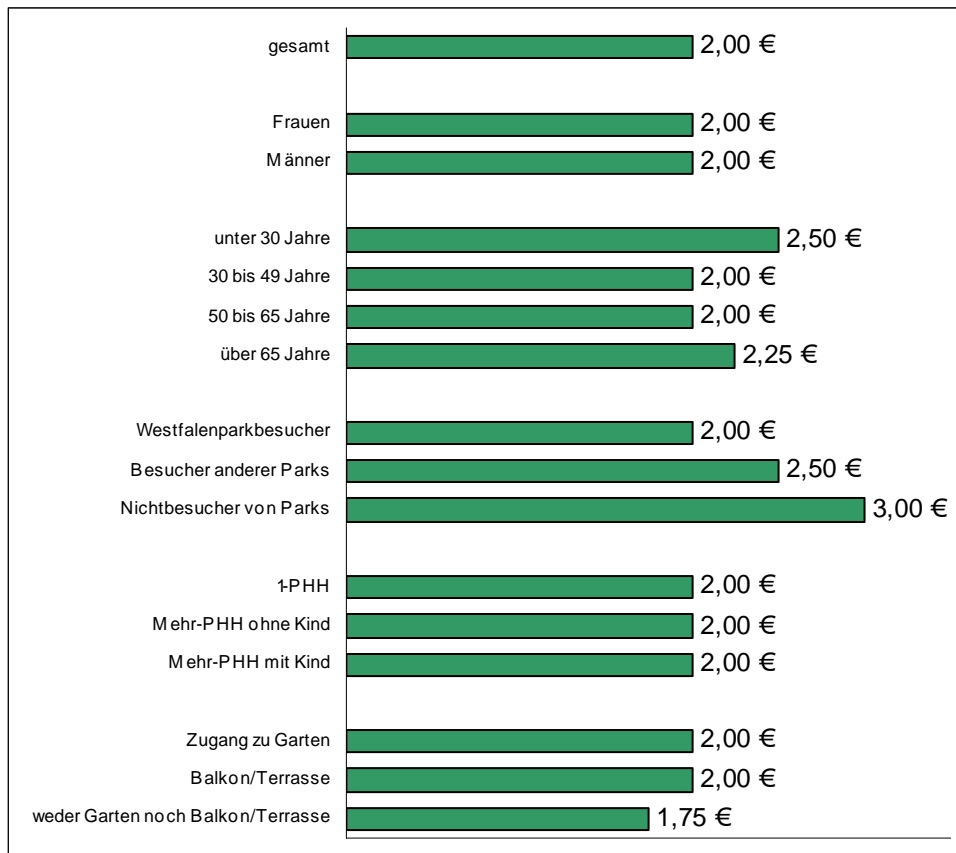


Die offen gestellte Frage danach, wie viel die mit Ja geantworteten Befragten mehr an Eintritt bezahlen würden, weist eine große Spannweite von 20 Cent bis 50 Euro auf. Als Ursache für diese großen Differenzen steht zu vermuten, dass die jeweilige Bezugsgröße der Befragten verschieden war, d. h. einige an Tages- und andere an Jahreskarten dachten. Der Medianwert, also das statistische Messergebnis, dessen Messwerte mit gleicher Häufigkeit Über- und Unterschreitungen aufweisen, und der in solchen Fällen dem Mittelwert vorzuziehen ist, ergibt eine für die Befragten akzeptable Preiserhöhung um 2 Euro. Dies würde eine Verdoppelung des bisherigen Preises für eine Tageskarte bedeuten.

Wie Abb. 5.61 zeigt, differieren die angegebenen Werte nur wenig zwischen den verschiedenen Gruppen. Interessant ist, dass insbesondere aktuelle Nichtbesucher von Parks, aber auch Besucher anderer Parks höhere Eintrittspreise akzeptieren würden als die bereits regelmäßig den Westfalenpark Besuchenden. Hier ist jedoch einschränkend anzumerken, dass nicht mit Sicherheit davon auszugehen ist, dass diese Befragten die bisherigen Eintrittspreise des Westfalenparks wirklich kennen, da diese auch nicht in der Befragung genannt wurden

<sup>19</sup> Vier der 300 Befragten hatten mit „weiß nicht“ geantwortet.

Abb. 5.61: Akzeptierte Eintrittspreiserhöhungen im Westfalenpark nach dessen Umgestaltung, Medianwerte



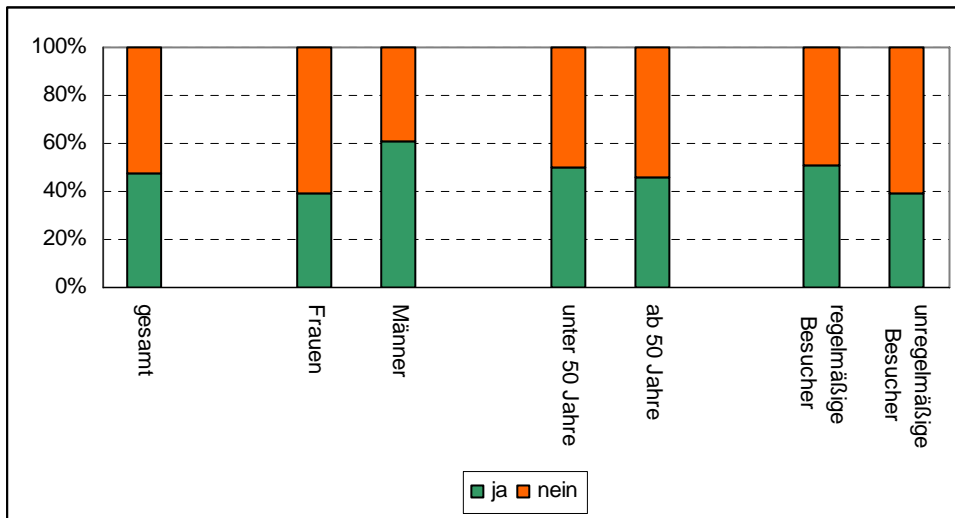
### 5.8.3 Ergebnisse aus der Face to face-Befragung

#### *Mitwirkungsinteresse bei der Erhaltung der Qualität von Stadtparks*

Wie in der Telefonbefragung wurde auch in den face to face-Interviews die Mitwirkungsbereitschaft bei der Erhaltung und Steigerung der Qualität von Stadtparks zweistufig erfasst: Zuerst wurde das grundsätzliche Interesse ermittelt, danach sollten mögliche Beteiligungsformen kommentiert werden. Darüber hinaus wurde wieder offen nach weiteren vorstellbaren Mitarbeitsspektren gefragt. Neu hinzugenommen wurde die Frage, ob das Genannte auch speziell auf den Westfalenpark zutrifft.

Von den direkt im Westfalenpark Befragten können sich deutlich mehr – nämlich 48 % - eine Mitwirkung bei der Erhaltung der Qualität von Stadtparks vorstellen, Männer und jüngere Befragte wieder etwas häufiger als Frauen und Ältere.

Abb. 5.62: Grundsätzliches Mitwirkungsinteresse gesamt sowie nach Geschlecht, Alter und Regelmäßigkeit des Westfalenparkbesuchs



Die höchste Zustimmung fanden dabei wieder Spenden, die spontane Mitwirkung bei Einzelaktionen und die Mitentscheidung bei der Auswahl von verschiedenen Entwürfen bzw. Konzepten. Eine aktive Beteiligung bei Anlage, Ausbau und Pflege könnte sich die Hälfte der grundsätzlich an einer Mitarbeit Interessierten gut vorstellen. Baumpatenschaften, Fördervereine und selbst durchgeführte Seminare waren im Vergleich zu den telefonisch Befragten dagegen etwas weniger interessant (vgl. Tab. 5.15).

Tab. 5.15: Zustimmung zu verschiedenen Formen der Beteiligung gesamt

Beteiligung ...	in Prozent
durch Beteiligung bei der Pflege	55,9
durch Beteiligung bei der Anlage bzw. beim Ausbau	52,9
durch Baumpatenschaften	44,1
durch Mitentscheidung bei der Auswahl von alternativen Entwürfen/Konzepten	58,8
durch spontane Mitwirkung bei Einzelaktionen	61,8
durch Spenden	68,8
durch eine Mitgliedschaft im Förderverein	44,1
durch selbst durchgeführte Seminare o.ä. zu Gartenthemen	11,8

Wie schon in der Befragung der Wohnbevölkerung erbrachte die offen gestellte Frage nach weiteren möglichen Formen der Beteiligung keine neuen Erkenntnisse.

Bei 71 % der Mitwirkungsbereiten trifft das Beteiligungsinteresse auch speziell auf den Westfalenpark zu.

### **Zahlungsbereitschaft für erhöhte Eintrittspreise**

76 % der direkt im Westfalenpark Befragten würden ein erhöhtes Eintrittsgeld zahlen, 23 % waren in dieser Frage unentschlossen. Nur eine Person lehnte dies kategorisch ab.

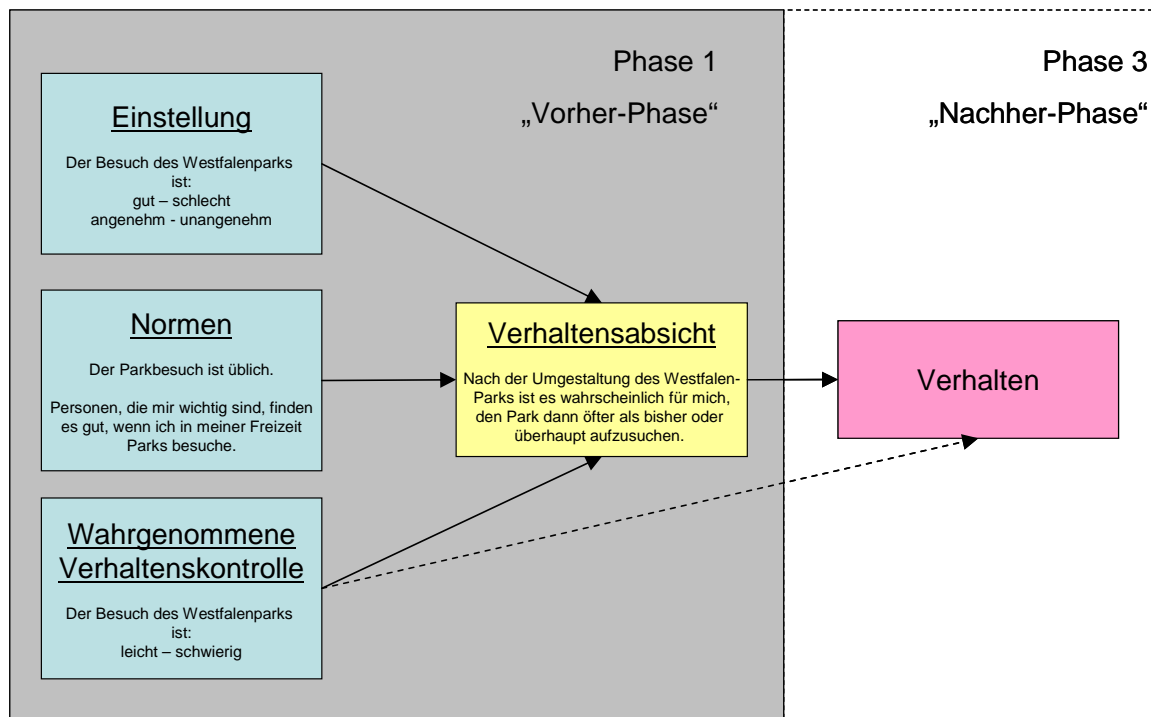
Die Höhe des Betrags, den Befragten mehr an Eintritt zahlen würden, variierte zwischen 45 Cent und fünf Euro. Der Median lag hier bei einem Euro, d. h. die Befragten würden im Schnitt 50 % mehr für eine Tageskarte ausgeben. Im Vergleich zur Dortmunder Wohnbevölkerung liegt die Akzeptanzschwelle einer Eintrittspreiserrhöhung hier also deutlich niedriger.

## 5.9 Analyse der Zusammenhänge nach der Theorie des geplanten Verhaltens und mit erweiterten Regressionsmodellen

Wie bereits in Kap. 3.3 eingeführt, soll die Theorie des geplanten Verhalten (Ajzen-Modell) für die Abschätzung der Akzeptanz des nachhaltigen Parkkonzepts im Vorfeld von dessen Umsetzung im Dortmunder Westfalenpark herangezogen werden. Mit Hilfe des multivariaten Verfahrens der linearen Regression sollen potenzielle Einflussfaktoren im Hinblick auf die Verhaltensabsicht identifiziert werden, den Westfalenpark nach dessen nachhaltiger Umgestaltung häufiger oder überhaupt aufzusuchen. Für die folgenden Berechnungen wurden ausschließlich die Daten der repräsentativen Bevölkerungsbefragung zugrunde gelegt.

Im ersten Schritt wurde das originäre Ajzen-Modell auf dessen Erklärungsgehalt hin geprüft (siehe Abb. 5.63). Danach sollten in erweiterten Regressionsmodellen Personenmerkmale bzw. spezifische Einflussfaktoren wie derzeitiges Konsumverhalten und Interesse an Gartenthemen im Hinblick auf die Besuchsabsichten bzw. speziell mit Blick auf die verschiedenen Bausteine des Nachhaltigen Stadtparks analysiert werden.

Abb. 5.63: Einflussfaktoren der Verhaltensabsicht nach Ajzen



Wie die in Tab. 5.16 abgebildete Korrelationsmatrix der in die Operationalisierung des Ajzen-Modells üblicherweise einbezogenen Variablen zeigt, hängen die meisten dieser Faktoren mehr oder weniger eng zusammen: Wer einen Parkbesuch für sich als gut befindet, empfin-

det ihn ebenso als angenehm. Wenn persönlich wichtige Personen Parkbesuche befürworten, wird der Parkbesuch auch als üblich angesehen. Fällt der Parkbesuch leicht, ist er gut und für sich selbst und andere normal, erhöht dies die Wahrscheinlichkeit, den Westfalenpark nach dessen Umgestaltung häufiger oder überhaupt aufzusuchen.

Tab. 5.16: Korrelationsmatrix des operationalisierten Ajzen-Modells

	Einstellung		subjektive Norm	soziale Norm	Verhaltenskontrolle	Verhaltensabsicht
	Parkbesuch ist gut	Parkbesuch ist angenehm	Parkbesuch ist üblich	Andere finden das gut	Parkbesuch ist leicht	Besuch wahrscheinlich.
Parkbesuch ist gut	1					
Parkbesuch ist angenehm	0,536**	1				
Parkbesuch ist üblich	0,170**	0,073	1			
Andere finden das gut	0,139*	0,147*	0,428**	1		
Parkbesuch ist leicht	0,266**	0,216**	0,133*	0,241**	1	
Besuch wahrscheinlich.	0,147*	0,098	0,130*	0,232**	0,188**	1

\* Die Korrelation ist auf dem Niveau von .05 signifikant

\*\* Die Korrelation ist auf dem Niveau von .01 signifikant

Wie die Regressionsanalyse ergab, liegt die Gesamterklärungskraft des Ajzen-Modells mit einem  $R^2$  von .08 auf relativ niedrigem Niveau, d. h. nur 8 % der Varianz der Aussage „Wahrscheinlichkeit des Westfalenparkbesuchs“ können mit den verwendeten globalen Erklärungsfaktoren erklärt werden. Die wahrgenommene Verhaltenskontrolle (Beta = .20,  $p < .001$ ), d. h. es fällt leicht den Westfalenpark aufzusuchen und einem Besuch stehen keine Hindernisse im Wege, und die soziale Norm (Beta = .15,  $p < .05$ ), d. h. persönlich wichtige Menschen befürworten den Besuch, haben aber einen signifikanten Einfluss auf die Absicht, den Nachhaltigen Westfalenpark nach dessen Fertigstellung aufzusuchen.

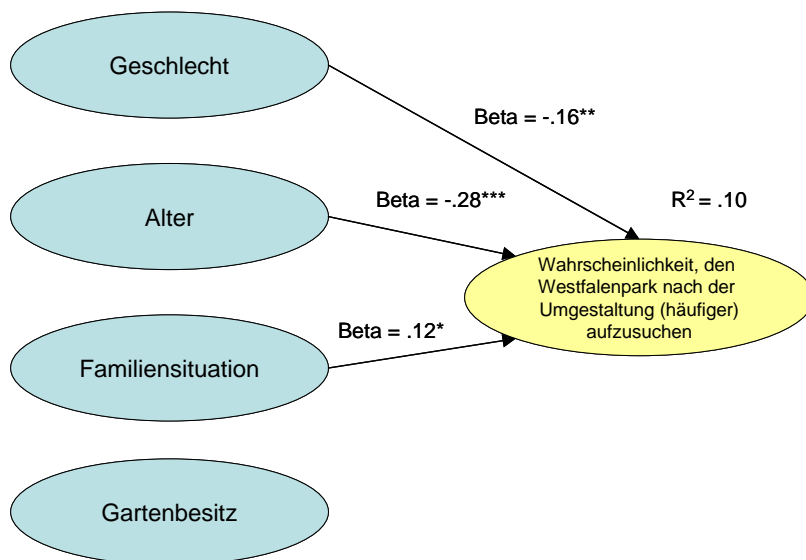
Dieses Ergebnis kann deutlich positiv bewertet werden, denn es bescheinigt die schon jetzt vorhandene große Wertschätzung aller telefonisch Befragten für den Westfalenpark. Die Einstellungen zum Westfalenpark sind durchweg positiv und unabhängig davon, ob es sich um bestimmte Personengruppen (Männer, Frauen, Jüngere, Ältere, Vielbesucher, Wenigbesucher usw.) handelt. Aufgrund dessen stellt der Aspekt „Einstellungen“ keinen signifikanten Einflussfaktor dar. Nur im Falle von Hemmnissen, weil der Westfalenpark für manche vielleicht schlecht erreichbar oder zu weit entfernt ist oder die Nutzung bspw. durch gesundheitliche Handicaps eingeschränkt ist, könnte dies die Wahrscheinlichkeit für einen Besuch schmälern. Der Besuch des neu konzipierten Westfalenparks ist zudem umso wahrscheinlicher, je mehr persönlich wichtige Bezugspersonen im sozialen Umfeld der Befragten einem Besuch des Parks zustimmen würden.

In einem erweiterten Regressionsmodell wurde weiter danach geschaut, ob die Personenmerkmale Geschlecht, Alter, Familiensituation und Gartenbesitz einen Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit haben, den Westfalenpark nach dessen Umgestaltung (häufiger) aufzusuchen. Vorbemerkend ließ sich mit Hilfe von Korrelationen feststellen, dass bei älteren Befragten

eher ein eigener Garten vorhanden war, während bei den Jüngeren erwartungsgemäß häufiger Kinder im Haushalt lebten.

Wie die Regressionsstruktur in Abb. 5.64 zeigt, haben das Geschlecht, das Alter und die Familiensituation einen signifikanten Einfluss auf die Verhaltensabsicht, den Nachhaltigen Westfalenpark (häufiger) aufzusuchen<sup>20</sup>. Je älter die Befragten waren, desto wahrscheinlicher ist ein Parkbesuch. Gleiches gilt für Frauen und Haushalte mit Kindern, die ebenfalls mit höherer Wahrscheinlichkeit den Westfalenpark dann (öfter) aufsuchen werden. Unabhängig ist die Besuchswahrscheinlichkeit dagegen davon, ob ein eigener Garten vorhanden ist oder nicht. Anders formuliert bedeutet dies, dass insbesondere Frauen, Familien mit Kindern und ältere Menschen leichter für das neue Parknutzungskonzept zu interessieren sind als die übrigen Gruppen.

Abb. 5.64: Einflüsse der Personmerkmale auf die Verhaltensabsicht



Signifikanzniveau: \*  $p < .05$ ; \*\*  $p < .01$ ; \*\*\*  $p < .001$

Von Interesse war ferner, welche Faktoren ausschlaggebend für die Akzeptanz der verschiedenen Komponenten des Nachhaltigen Stadtparkkonzepts sind. Dabei wurde von den Hypothesen ausgegangen, dass

- Personen, die bereits gut über bei uns vorkommende Pflanzen aus Garten und Natur Bescheid wissen oder ihren diesbezüglichen Kenntnisstand erweitern wollen, auch eher für Veranstaltungen und Seminare zu Gartenthemen gewonnen werden können und den gartenbaulich-gestalterischen Attraktivitätsgewinnen des Nachhaltigen Parks positiver gegenüber stehen und
- Personen, die gern und häufig Blumen zum Verschenken oder für sich selbst kaufen und beim Erwerb von Obst und Gemüse auf deren biologischen Anbau oder regionale Her-

<sup>20</sup> Negative Betawerte bilden in diesem Fall die unterschiedliche Polung ab, d. h. die Aussagen Geschlecht (Männer = Code 1; Frauen = Code 2) und Alter sind aufsteigend gepolt, während die Skala zur Messung der Wahrscheinlichkeit des Westfalenparkbesuchs von 1 (= sehr wahrscheinlich) bis 5 (= sehr unwahrscheinlich) angelegt war. Anders ausgedrückt: Hohe Werte bei Alter (= Ältere) und Geschlecht (= Frauen) korrelieren mit niedrigen (= positiven) Werten der Wahrscheinlichkeitsskala.

kunft achten oder selbst über eigene Erntemöglichkeiten von Kräutern, Tomaten usw. verfügen, auch eher an den Konsummöglichkeiten im Nachhaltigen Stadtpark interessiert sind.

In die beiden zur Berechnung herangezogenen Regressionsmodelle flossen die in Tab. 5.17 aufgeführten Variablen ein. Dabei handelt es sich bei den unabhängigen Variablen um die bereits aus dem Ajzen-Modell bekannten Items, ergänzt um die Aspekte der subjektiven Wichtigkeit von Parks im Allgemeinen und des Vorhandenseins von Grün in der Nähe der neuen Wohnung im speziellen Falle eines Umzugs. Entsprechend der formulierten Hypothesen wurden diese potenziellen Einflussfaktoren optional erweitert um die Aspekte Wissen über und Interesse an Garten- und Naturpflanzen bzw. aktuelles Kaufverhalten bei Blumen, Obst und Gemüse sowie Vorhandensein eigener Erntemöglichkeiten. Als zu erklärende Variable (abhängige Variable) wurde diesmal nicht die generelle Verhaltensabsicht, den Westfalenpark nach dessen Umgestaltung aufzusuchen, herangezogen, sondern einzelne Bausteine des Konzepts herausgegriffen.

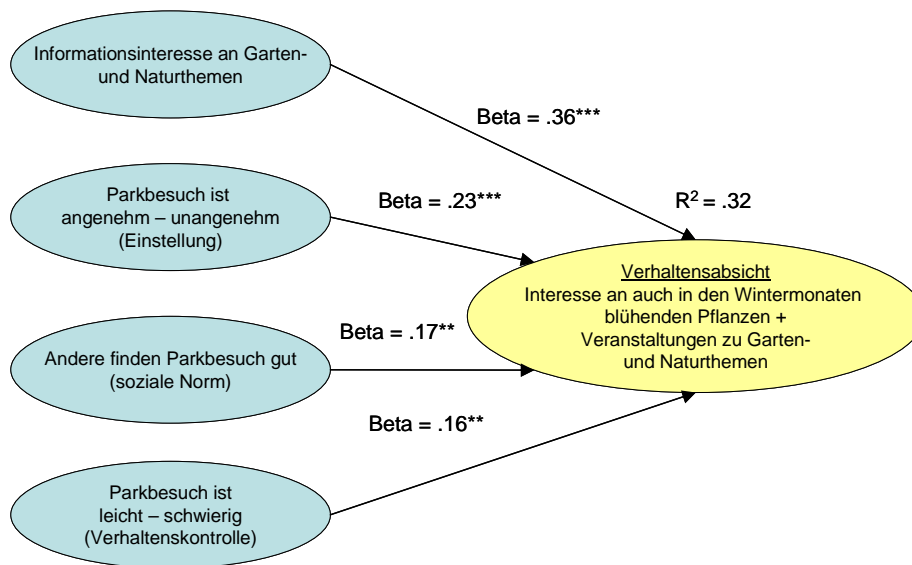
Tab. 5.17: In die erweiterten Regressionsmodelle bezüglich der Kernelemente des Nachhaltigen Stadtparks eingeflossenen Variablen

Unabhängige Variablen (potentielle Einflussfaktoren)	Abhängige Variablen (Konzeptelemente)	
<b>generell einbezogen</b>	<b>optional einbezogen: Interesse an Gartenthemen (Abb. 5.65)</b>	
<u>Einstellungen:</u> - Wichtigkeit von Parks allgemein - bei Umzug: Wichtigkeit von Grün in der Nähe der neuen Wohnung - Parkbesuch ist gut – schlecht - Parkbesuch ist angenehm – unangenehm <u>Normen:</u> - Parkbesuch ist üblich (subjektive Norm) - Andere finden Parkbesuch gut (soziale Norm) <u>Wahrgenommene Verhaltenskontrolle:</u> - Parkbesuch ist leicht – schwierig	- Wissen über Pflanzen aus Garten und Natur - Informationsinteresse an Garten- und Naturthemen	- auch in den Wintermonaten blühende Pflanzen - Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen
	<b>optional einbezogen: Interesse an Konsummöglichkeiten (Abb. 5.66)</b>	
	- Kaufverhalten: Obst und Gemüse aus biologischem Anbau - Kaufverhalten: Obst und Gemüse aus der Region - Häufigkeit des Kaufs von Blumen zum Verschenken und für den Eigenbedarf - Vorhandensein eigener Erntemöglichkeiten für Kräuter, Tomaten usw.	- Erwerb von im Park angebaute Schnittblumen oder Blumensträußen - Erwerb von im Park aufgezogenen Pflanzen oder Kräutern für Garten oder Balkon - Erwerb von Kunsthandwerklichem oder Wellnessprodukten aus Pflanzen in der Pflanzenwerkstatt - Interesse an Gerichten mit Erzeugnissen aus dem Park in den Restaurants

Wie die Abb. 5.65 zeigt, ist – wie hypothetisch angenommen – das Interesse an weiterführenden Informationen über Garten- und Naturpflanzen der hauptsächlichste Einflussfaktor für die geäußerten Absichten, den neu konzipierten Nachhaltigen Westfalenpark aufgrund der dann ganzjährig vorhandenen Blühflächen und der angebotenen Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen aufzusuchen.



Abb. 5.65: Einflüsse auf die Konzeptionselemente der Gartenthemen

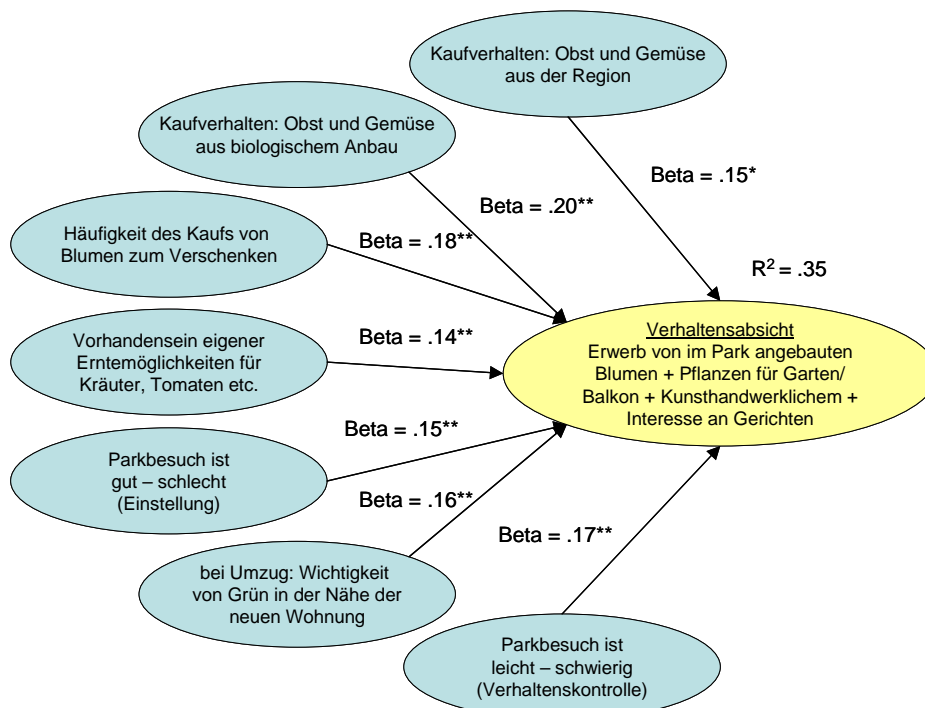


Signifikanzniveau: \*  $p < .05$ ; \*\*  $p < .01$ ; \*\*\*  $p < .001$

Gleichwohl bleibt der signifikante Einfluss positiver Einstellungen, der Übereinstimmung mit der Meinung anderer und der subjektiven Realisierungsmöglichkeiten auch hier bestehen. Kurzum: Personen, die sich für Garten und Natur interessieren, werden – sofern keine anderen Gründe dagegen sprechen – die neuen Bepflanzungskonzepte und das gartenthematische Veranstaltungsprogramm gutheißen.

Auch im Hinblick auf die konzipierten Konsumelemente des Nachhaltigen Stadtparks ließ sich die vorangestellte Hypothese verifizieren (siehe Abb. 5.66). Personen, die bereits aktuell beim Kauf von Obst und Gemüse auf deren biologischen Anbau und regionale Herkunft achten, stehen den neu zu schaffenden Konsummöglichkeiten im Nachhaltigen Stadtpark offener gegenüber. Gleiches gilt im Hinblick auf Personen, die bereits aktuell häufig Schnittblumen und Blumensträuße erwerben oder über einen eigenen Garten oder Balkon mit Erntemöglichkeiten verfügen, für die sie Kräuter- und Staudenpflanzen benötigen. Auch hier beeinflussen wieder positive Einstellungen zum Park und die wahrgenommene Verhaltenskontrolle die jeweiligen Besuchabsichten.

Abb. 5.66: Einflüsse auf die Konzeptionselemente der Konsummöglichkeiten



Signifikanzniveaus: \*  $p < .05$ ; \*\*  $p < .01$ ; \*\*\*  $p < .001$

## 6 Diskussion und Fazit

### 6.1 Die wichtigsten Ergebnisse hinsichtlich der Gründe des Westfalenparkbesuchs

Wie die Ergebnisse der Befragungen belegen, werden städtische Parks und Grünanlagen von den Dortmunderinnen und Dortmundern gern und häufig aufgesucht – unabhängig vom Geschlecht, dem Alter, der Familiensituation und der sozialen Herkunft der Befragten. Das Vorhandensein von Parks in der Stadt ist den Befragten wichtig, der mehr oder weniger regelmäßige Besuch erfüllt die verschiedensten Funktionen und umfasst entsprechend vielfältige Aktivitäten im Park. Die jeweiligen Präferenzen sind vor allem abhängig vom Alter und der Familiensituation, d.h. sie werden insbesondere auch dadurch bestimmt, ob kleine Kinder im Haushalt leben oder nicht. Parks bieten Ruhe und Erholung vom Alltag, Naturerleben und frische Luft, Sport und Bewegung, sind Orte der Begegnung und der Unternehmungen mit Kindern. In ihnen kann man frei entscheiden, was man tun will, man ist draußen und mal weg vom alltäglichen Stress. Darüber hinaus gefallen ihre ästhetische Gestaltung, ihr Abwechslungsreichtum und ihr Anregungsgehalt auch in Bezug auf den eigenen Garten. Insbesondere für diejenigen, die keinen privaten Garten nutzen können, stellen Parks eine Ersatzfunktion dar. Aber auch Nutzer von privaten Gärten, die deren Privatheit und die individuellen Gestaltungsmöglichkeiten schätzen, suchen in ihrer Freizeit öffentliche Parks und Grünanlagen auf. Zu den hauptsächlichen Aktivitäten in Parks zählen das Spazieren gehen, das Entspannen, das mit den Kindern Spielen und der Besuch von Veranstaltungen.

Auch speziell der Westfalenpark stößt auf großen Zuspruch bei der Dortmunder Bevölkerung. 61 % der Dortmunderinnen und Dortmunder gehören zu seinen regelmäßigen Besucherinnen und Besuchern. Weitere 30 % kommen unregelmäßiger – einmal im Jahr oder seltener, weil sie im Alltag andere, in Wohnnähe gelegene Parks bevorzugen. Bislang wird der Westfalenpark vornehmlich in der wärmeren Jahreszeit aufgesucht. Für die Mehrheit der Befragten ist der Westfalenpark ein nicht-alltägliches Ausflugsziel. 70 % der Befragten suchen den Westfalenpark nur am Wochenende und zu besonderen, vor allem kulturellen und familiären Anlässen auf. Zu ähnlichen Ergebnissen kam bereits eine 1996 vom Kommunalverband Ruhrgebiet durchgeführte Befragung von rund 500 Besucherinnen und Besuchern des Parks, von denen 80 % angaben, am Wochenende, dabei insbesondere am Sonntag, in den Park zu kommen.

Die Motive für den Besuch des Westfalenparks gleichen denen anderer Parks. Dies bestätigt die Ergebnisse der bereits im Jahr 2000 vom Amt für Statistik, Umfragen und Wahlen der Stadt Dortmund durchgeführten Befragung mit mehr als 1.600 schriftlich und über 2.000 mündlich im Park befragten Personen, wonach sich folgende Aspekte als hauptsächliche Besuchsgründe erwiesen:

- Der Park ist eine erholsame Oase in der Großstadt.
- Die Kinder können sich austoben.
- Man kann dort in Ruhe spazieren gehen.

Auch in der hier betrachteten Untersuchung wird als herausragende Eigenschaft des Westfalenparks dessen Kinder- und Familienfreundlichkeit betont. Die Spielplätze und Kinderattraktionen zählen mit zu den Lieblingsplätzen der Besucherinnen und Besucher. Insbesondere die ältere Generation schätzt seine Gartenanlage und Bepflanzung, dazu gehören die großen weitläufigen Flächen und die Pflanzenattraktionen, im Speziellen das Rosarium. Die vielfältigen kulturellen Veranstaltungen und Feste und die große Anzahl gastronomischer Einrichtungen, in denen man verweilen und ausruhen, gemütlich Kaffeetrinken und dabei den Ausblick auf den Park genießen kann, finden ebenfalls großen Anklang bei der Bevölkerung. Die baulich-architektonischen Gestaltungselemente wie die Teich- und Wasseranlagen und der Florianturm als Wahrzeichen der Stadt machen den Park zu einer Dortmunder Sehenswürdigkeit, die man seinen Besuchern gern vorführt.

Die Einstellungen zum Westfalenpark sind durchweg positiv, er erfüllt weitgehend die an einen Park gestellten Bedürfnisse und entspricht in den Augen seiner Besucherinnen und Besucher deren Vorstellungen von einer städtischen Parkanlage. Wie auch in den beiden vorgenannten Umfragen wird die gute Erreichbarkeit des Parks wieder als ein Pluspunkt hervorgehoben.

Gleichwohl formulierten die Besucherinnen und Besucher durchaus Verbesserungsmöglichkeiten. Diese betreffen die Eintrittspreise, die Ausweitung der Angebote für Kinder und für die sportliche Betätigung und die Verbesserung der Restaurants und Cafés. Auch in der bereits erwähnten Umfrage aus dem Jahr 1996 richtete sich ein Großteil der Verbesserungsvorschläge an die Gastronomie, die damals im Gegensatz zum am besten bewerteten Blumen- und Pflanzenangebot am schlechtesten beurteilt wurde.

Wie aus den im Rahmen der hier vorgestellten Untersuchung durchgeführten Interviews mit den aktuellen Westfalenparkbesucherinnen und -besuchern hervorging, konstatieren die hierbei Befragten zudem Verbesserungsmöglichkeiten im Bereich der Parkeingänge und

wünschen sich mehr Abfallbehälter im Park sowie mehr Informationen. Letzteres deckt sich mit Ergebnissen der übrigen Befragten, deren Bedürfnis, im Park Neues zu erfahren und sich fortzubilden, bislang noch weniger gut befriedigt wird.

## **6.2 Die Chancen des Nachhaltigen Stadtparks**

Wie die Ergebnisse zeigen, befriedigen städtische Park- und Grünanlagen vielfältige Bedürfnisse und ermöglichen verschiedenste Aktivitäten. Sie sprechen damit alle Bevölkerungsgruppen gleichermaßen an. Je nach individueller Präferenz und Motivlage unterscheiden sich die jeweiligen Nutzungsformen und -gewohnheiten, nicht aber das generelle Interesse an Parks. Der Nachhaltige Stadtpark – so wie er in Kap. 2 vorgestellt wurde – erschließt neue Aufenthaltsqualitäten und zielgruppenspezifische Angebote und erweitert damit das Spektrum an möglichen Motiven für den Parkbesuch und Aktivitäten im Park. Er stellt im Vergleich zu traditionellen öffentlichen Parkanlagen ein Novum in der Parkgestaltung und -bewirtschaftung dar, weil er auch in der für gewöhnlich tristeren kälteren Jahreszeit blühende Pflanzenattraktionen bereithalten soll, die den Parkbesuch zu einem anregenden Erlebnis machen. Gleichzeitig ermöglicht das neue Gestaltungskonzept die Entnahme von im Park erzeugten Pflanzen und Pflanzenprodukten, deren Verkauf dem erhöhten Pflegeaufwand, darüber hinaus aber auch der Wirtschaftlichkeit des Parks zu gute kommen sollen. Der zugrunde liegende partizipatorische und sozial-integrative Ansatz soll die Bedürfnisse seiner Nutzerinnen und Nutzer besser als bisher berücksichtigen und deren Mitarbeit bei der Erhaltung und Steigerung der Aufenthalts- und Erlebnisqualität des Parks fördern. Das gemeinsame Interesse an der Nutzung von Parks, so individuell unterschiedlich diese auch aussehen mag, unterstützt ein gemeinsames Miteinander aller sozialen Schichten und ethnischer Herkunft im Park.

Zu den wesentlichen Komponenten des Nachhaltigen Stadtparks, die in diesem Sinne und so detailliert noch in keiner öffentlichen Parkanlage realisiert wurden, gehören:

- Auch in den Wintermonaten sind blühende Gartenpflanzen zu sehen.
- Im Park werden Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen angeboten.
- Interessierte können Schnittblumen, Blumensträuße, Pflanzen, Kräuter erwerben, die im Park durch Fachpersonal angebaut und geerntet werden.
- Restaurants und Cafés offerieren nicht-alltägliche Gerichte mit Produkten aus dem Park.
- Im Park ist eine Pflanzenwerkstatt zu finden, die Kurse anbietet, um selbst Kunsthandwerkliches oder Wellnessprodukte aus Pflanzenprodukten herzustellen, oder dort Erstelltes käuflich zu erwerben.

Neben diesen gestalterischen und ökonomischen Neuheiten sind verschiedene Formen der Einbeziehung von Interessierten vorstellbar, die ebenfalls ein konzeptionelles Element des Nachhaltigen Stadtparks darstellen und letztlich in ein Netzwerk aller Interessierten und Beteiligten münden sollen.

Diese Konzeptbausteine des Nachhaltigen Stadtparks wurden in den beiden Befragungen den Dortmunderinnen und Dortmundern, aber auch den aktuellen Westfalenparkbesucherinnen und -besuchern vorgestellt und hinsichtlich ihrer Akzeptanz seitens der Bewohner- und der Besucherschaft überprüft. D.h. es sollte ermittelt werden, ob die Umgestaltung des West-

falenspark in einen Nachhaltigen Stadtpark auf Resonanz und Interesse der verschiedenen Zielgruppen trifft.

Das Publikum des Westfalensparks schätzt dessen landschaftsarchitektonische und gartenbauliche Gestaltung. Dafür spricht, dass die Besucherinnen und Besucher die ästhetische Gestaltung und die Pflanzenattraktionen häufig als Aspekte benennen, die ihnen besonders gut gefallen und die Motive für ihren Besuch des Parks darstellen. Gartenthemen wie insbesondere der Rosenblüte werden als Anlässe für den Besuch des Westfalensparks angesehen. Dafür spricht ebenso, dass die überwiegende Mehrheit der Befragten den Westfalenspark bisher vornehmlich in der wärmeren Jahreszeit aufsucht, was neben dem schönen Wetter auch mit dem Erleben von Grün und blühenden Pflanzen begründet wird. Betrachtet man die Verbesserungswünsche der Dortmunder Bevölkerung gegenüber dem Westfalenspark, so zeigt sich ebenfalls der Wunsch nach mehr (Pflanzen)Attraktionen und Vielfalt.

Das Interesse der Bewohnerinnen und Bewohner sowie der Parknutzerinnen und -nutzer an einer ansprechenden Bepflanzung des Westfalensparks kann folglich als hoch eingeschätzt werden und betrifft vor allem die kalte Jahreszeit. Dies spiegelt sich in dem Ergebnis wider, dass 56 % der Dortmunderinnen und Dortmunder die Möglichkeit, auch im Winter blühende Pflanzen zu betrachten, als Grund für einen Besuch des Westfalensparks ansähen. Ein überdurchschnittlich hohes Interesse äußerten in diesem Zusammenhang Frauen, Familien mit Kindern und bereits aktuell regelmäßig den Westfalenspark Besuchende. Gleichwohl sähen auch große Teile der bisherigen Nichtbesucher von Parks (44 %) bzw. des Westfalensparks (46 %) darin ein Motiv für ihren Besuch. Damit stellt der Attraktivitätsgewinn im Winter diejenige Komponente des Nachhaltigen Stadtparks dar, die von der Bevölkerung Dortmunds den größten Zuspruch erhält.

Das Interesse an Pflanzen und Gartenthemen korrespondiert mit dem Wunsch nach neuen Erfahrungen und Wissenserwerb. Die Möglichkeiten, die der Westfalenspark bislang in dieser Hinsicht bietet, werden als verbesserungswürdig und ausbaufähig befunden. Dies zeigt sich insbesondere darin, dass das Bedürfnis, im Park Neues zu erfahren und sich fortzubilden, im Vergleich zu anderen an den Westfalenspark gestellten Ansprüchen am schlechtesten bewertet wurde. Einen weiteren Hinweis liefert das Ergebnis, dass 26 % der aktuell im Park angebotenen Westfalensparkbesucherinnen und -besucher an Parkführungen interessiert wären. Veranstaltungen und Weiterbildungsangebote zu Garten- und Naturthemen fanden daher bei 42 % der Befragten Zustimmung. Besonderes Interesse äußerten vor allem diejenigen, häufig Frauen und ältere Befragte, die gerne mehr über in unseren Breiten wachsende Pflanzen aus Garten und Natur erfahren würden. Zwar spricht das beabsichtigte Veranstaltungskonzept wieder überdurchschnittlich viele regelmäßige Westfalensparkbesucher an, aber auch Dortmunderinnen und Dortmunder, die sich bislang lieber im eigenen Garten oder in anderen Parks aufhalten, könnten sich vorstellen, solche Angebote zu nutzen.

Zu den weiteren Konzeptelementen des Nachhaltigen Stadtparks gehört die Aufzucht und Entnahme von Pflanzenerzeugnissen zu Verkaufszwecken. Der Abverkauf von im Westfalenspark erzeugten Garten- und Balkonpflanzen würde für mehr als 43 % der Dortmunderinnen und Dortmunder den Parkbesuch bereichern, noch größer ist wieder das Interesse der aktuellen Westfalensparkbesucher. Insbesondere Frauen, Ältere und solche, die private Gärten nutzen können oder in Wohnungen mit Balkon/Terrasse wohnen, wären am Erwerb solcher Pflanzen interessiert. Im Park angebaute Schnittblumen und Blumensträuße zu erwer-

ben, könnten sich 34 % der Befragten vorstellen. Die Kauf- und Konsumabsichten sind dabei umso höher, je mehr die Befragten beim Einkaufen auf Produkte aus biologischem Anbau und regionaler Herkunft achten und je häufiger sie bereits aktuell Schnittblumen bzw. Blumensträuße erwerben. Das Vorhandensein von eigenen Erntemöglichkeiten für Kräuter, Tomaten usw. wirkt sich ebenfalls positiv auf das Kaufinteresse aus.

Mit 42 % ebenfalls recht hoch ist das Interesse der Dortmunder Wohnbevölkerung, in den Restaurants und Cafés besondere Speisen und Getränke mit Produkten aus dem Westfalenpark probieren zu können.

Eine Pflanzenwerkstatt, in der Kunsthandwerkliches und Wellnessprodukte aus Pflanzen selbst hergestellt werden können bzw. auch zum Verkauf angeboten werden, trafe bei etwa 24 % der Dortmunderinnen und Dortmunder auf Nachfrage. Besonderes Interesse daran äußerten Frauen und Familien mit Kindern, die hierin sicherlich neue Möglichkeiten zur Beschäftigung der Kinder sehen.

Alles in allem gesehen würde die Umgestaltung des Dortmunder Westfalenparks in einen Nachhaltigen Stadtpark sehr wahrscheinlich seine Besucherzahlen erhöhen. Zu den Bedürfnissen, die der Park bereits jetzt erfüllt und die in der vorhandenen Form bestehen bleiben, erschließt der Nachhaltige Stadtpark – wie gezeigt – neue Möglichkeiten und damit neue Besucherkreise. Zwar lässt sich bezüglich des bisher Genannten feststellen, dass das Interesse an den einzelnen Ideen des Nachhaltigen Stadtparks bei Frauen und bei aktuell bereits regelmäßig den Westfalenpark Besuchenden durchweg höher ist als in den übrigen Gruppen, es wird aber auch deutlich, dass die so gewonnene Zunahme an Attraktivität und Angebotsqualität alle Zielgruppen – wenngleich in unterschiedlichem Maße anspricht – dabei auch solche, die bislang (noch) nicht zu den regelmäßigen Besucherinnen und Besuchern des Parks gehören. So halten es 37 % der Dortmunder Bürgerinnen und Bürger, die den Westfalenpark bereits aktuell regelmäßig aufsuchen, für (sehr) wahrscheinlich den Park dann öfter aufzusuchen, wenn in einem Teil des Westfalenparks das ganze Jahr über blühende Pflanzen zu sehen und im Park angebaute Schnittblumen und Pflanzen für Garten und Balkon zu erwerben wären. Immerhin 19 % derjenigen Befragten, die bislang überhaupt keine Parks aufsuchen, und 34 % derjenigen, die bislang eher andere Dortmunder Parks aufsuchen, spräche der neu konzipierte Westfalenpark dann ebenfalls an.

Auch die Möglichkeit, an der Erhaltung und Steigerung der Qualität von Stadtparks mitzuwirken, stößt bei 27 % der telefonisch Befragten auf Zustimmung, bei Männern, jüngeren Befragten und aktuellen Parknutzern noch häufiger als bei den Frauen, Älteren und den daran aktuell überhaupt nicht interessierten Nichtbesuchern von Parks. Dabei lassen sich unterschiedliche Formen der Beteiligung festhalten: aktives Mitdenken, aktives Mit-Hand-Anlegen und passive finanzielle Unterstützung. Die spontane Mitwirkung bei Einzelaktionen, das Mitentscheiden bei der Auswahl alternativer Entwürfe und Konzepte sowie das Spenden sind dabei die präferierten Formen einer Beteiligung. Knapp 60 % der an einer Mitwirkung Interessierten könnten sich die Mitgliedschaft in einem Förderverein vorstellen.

72 % der telefonisch Befragten und 76 % der direkt im Westfalenpark Interviewten wären darüber hinaus bereit, einen erhöhten Eintrittspreis für die Pflege einer Anlage zu akzeptieren, in der es das ganze Jahr über blüht. Der Preis für eine Tageskarte könnte damit zwi-

schen einem bis zwei Euro über den derzeitigen Aufwendungen liegen, wobei die direkt im Park Interviewten nur einer Preiserhöhung von einem Euro zustimmen würden.

Resümierend scheint das Konzept des Nachhaltigen Stadtparks im Westfalenpark Chancen auf eine entsprechende Akzeptanz seitens der Befragten zu haben. Insbesondere die zu jeder Jahreszeit ansprechende Gestaltung sowie die konzipierten Informations- und Konsummöglichkeiten finden schon jetzt das Interesse der Dortmunder Bevölkerung – dabei auch von solchen Befragten, die bislang nicht zu den regelmäßigen Besuchern des Westfalenparks gehören. Allerdings ist es sicherlich notwendig, dass die Parkbetreiber zum einen die Konzeptideen mit den Wünschen und Bedürfnissen der Besucher verbinden und zum anderen diese Konzeptideen auch auf verständliche Weise kommunizieren.

## 7 Literatur

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Amar, L. (1986). Parks und Plätze in Paris. Eine sozialpsychologische Analyse städtischer Freiraumqualitäten. München: Minerva Publikationen.
- Bell, P. A., Greene, T. C., Fisher, J. D. & Baum, A. (2001). *Environmental psychology*, 5. Aufl. Fort Worth: Harcourt College Publishers.
- Breuer, B. (2003). Öffentlicher Raum- ein multidimensionales Thema. Informationen zur Raumentwicklung. Heft 1/ 2, 5-13.
- Crompton, J. L. (2001). The impact of parks on property values : A review of the empirical evidence. *Journal of Leisure Research*, 33, 1-31.
- Deutscher Bundestag (Hg.) (1998). Konzept Nachhaltigkeit. Vom Leitbild zur Umsetzung. Abschlussbericht der Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt – Ziele und Rahmenbedingungen einer nachhaltig zukunftsverträglichen Entwicklung“ des 13. Deutschen Bundestages. Bonn: Deutscher Bundestag, Referat Öffentlichkeitsarbeit.
- Flade, A. (2004). Parks und Natur in der Stadt. Konzepte und Wirkungen. Darmstadt: Institut Wohnen und Umwelt.
- Flade, A. (2005). Erleben natürlicher Umwelt. In D. Frey & C. Graf Hoyos (Hrsg) *Psychologie in Gesellschaft, Kultur und Umwelt*. (S. 348-353). Weinheim, Basel: Beltz Verlag.
- Flade, A. & Lein-Kottmeier, G. (2004). Der nachhaltige Stadtpark. Bestandsaufnahme und Ausblicke aus sozialwissenschaftlicher Sicht. *Zeitschrift für Sozialmanagement*, Bd. 2, 2, 77-95.
- Hayward, J. (1989). Urban parks. In I. Altman & E. H. Zube (Eds.), *Public places and spaces* (S. 193-216). New York: Plenum Press
- Henwood, K. & Pidgeon, N. (2001). Talk about woods and trees: threat of urbanization, stability, and biodiversity. *Journal of Environmental Psychology*, 21, 125-147.
- Hühn, W. (1988). Naturerleben und Freizeitverhalten. *Report Psychologie*, 13. Jahrgang, Heft 10, 32-37.
- Hurrelmann, K. (2003). Der entstrukturierte Lebenslauf. Die Auswirkungen der Expansion der Jugendphase. *Zeitschrift für Sozialisationsforschung und Erziehungssoziologie*, 23. Jahrgang, Heft 2, 115-126.
- Imwolde, L. (2003). Freizeit, Freizeitmilieus und Freizeitsport in der Großstadt. Das Integrationspotenzials des Englischen Gartens in München. Diplomarbeit. Universität Dortmund, Fakultät Raumplanung.
- Kaplan, R. (1978). The green experience. In S. & R. Kaplan (Eds.). *Humanscape. Environments for people* (S. 186-193). North Scituate, Mass.: Duxbury Press.
- Kommunalverband Ruhrgebiet (1996). Westfalenpark Dortmund 1996. Besucherbefragung. Kommunalverband Ruhrgebiet, Abteilung Planung.
- Kuo, F. E., Bacaicoa, M. & Sullivan, W. C. (1998). Transforming inner-city landscapes: trees, sense of safety, and reference. *Environment and Behavior*, 30, 28-59.
- Lein-Kottmeier, G. (1999). Stängelwirtschaft - ein Erlebnispark in der Stadt. *Garten + Landschaft*. Heft 8, 27- 30.
- Milchert, J. (1985). Zur Kritik aktueller ästhetischer Leitbilder der Landschaftsarchitektur. *Das Gartenamt*, 34, 642-654.
- More, T. A., Stevens, T & Allen, P. (1982). The economics of urban parks. A benefit/ cost analysis. *Parks and Recreation*, 17 (8), 31-33.
- Ostmann, A. & Vogt, J. (2004). Zur Ökonomie der Stadtparkkultur. *Zeitschrift für Sozialmanagement*, Bd. 2, 2, 97-121.
- Porst, R. (1991). Ausfälle und Verweigerungen bei einer telefonischen Befragung. ZUMA-Arbeitsbericht 91/10. Mannheim.



- Schroeder, H. W. (1989). Environment, behavior, and design research on urban forests. In E. H. Zube & G. T. Moore (Hrsg.). *Advances in environment, behavior, and design* (Band 2, S. 87-117). New York: Plenum Press.
- Sonnenmoser, M. (1997). *Umweltbewusstes Einkaufen. Eine Studie zur Anwendung der Theorie des geplanten Verhaltens*. Landau: Verlag Empirische Pädagogik.
- Stadt Dortmund (2000). *Westfalenpark 2000. Zusammenfassende Ergebnisse der Befragungen von Besuchern, Interessenten und Bürgern*. Dortmund: Amt für Statistik, Umfragen und Wahlen.
- START Forschungs- und Beratungsgesellschaft (2005). *Akzeptanzanalyse eines innovativen Bepflanzungs- und Nutzungskonzeptes im Westfalenpark Dortmund. Hauptband*. Dortmund, im Auftrag des Westfalenparks Dortmund.
- Tanner, C. (1998). Die ipsative Handlungstheorie. Eine alternative Sichtweise ökologischen Handelns. *Umweltpsychologie*, 2, 34-44.
- Tessin, W. (2004). Gestalt oder Geschehen? Anmerkungen zu einer Freiraumästhetik des Performativen. *Stadt + Grün*, Heft 6, 11- 17.
- Thoren, K. H. (2000). "The green poster". A method to evaluate the sustainability of the urban green structure. *Environmental Impact Assessment Review*, 20, 359-371.
- Tuan, Y. F. (1978). Children and the natural environment. In I. Altman & J. F. Wohlwill (Hrsg.). *Children and the environment* (S. 5-32). New York: Plenum Press.
- Ulrich, R. (1983). Aesthetic and affective response to natural environment. In I. Altman & J. F. Wohlwill (Eds.), *Behavior and the natural environment* (pp.85-125). New York: Plenum Press.
- Ulrich, R. (1984). View through a window may influence recovery from surgery. *Science*, 224, 420-421.
- Wilson, J. & Kelling, G. (1982). Broken Windows: The police and neighbourhood safety, *The Atlantic Monthly*, 29-38