

Der Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof aus sozialwissenschaftlicher Sicht

Befragungsergebnisse 2005



ISBN 3-932074-89-0

IWU-Bestellnummer 07/06

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)

Bildquelle Titelseite: eigene Aufnahmen

Bearbeitung: Bettina Breuer (Praktikantin), Ulrike Hacke und Günter Lohmann

Institut Wohnen und Umwelt GmbH
Annastraße 15
64285 Darmstadt
Tel. 06151/2904-0
Fax 06151/2904-97
www.iwu.de

Darmstadt, August 2006

**Der Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof
aus sozialwissenschaftlicher Sicht**

Befragungsergebnisse 2005

Inhalt

	Seite
1 Problemstellung und Einbettung in den Forschungsverbund	1
2 Der Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof	5
3 Beschreibung der Stichprobe	6
4 Häufigkeit, Zeiten und Dauer des Besuches des Hermannshofs	11
5 Einstellungen und Motive für den Besuch des Hermannshofs	14
5.1 Gründe für den Besuch	14
5.2 Besonders attraktive und weniger attraktive Plätze im Hermannshof	17
5.3 Einstellungen zum und Wertschätzung des Hermannshofs	19
6 Aktivitäten im Hermannshof	21
6.1 Besucheraktivitäten im Hermannshof	21
6.2 Führungen im Hermannshof	22
6.3 Kauf von Pflanzensamen	24
7 Mitwirkungsinteresse und Zahlungsbereitschaft	24
8 Zusammenfassende Betrachtung	26
9 Literatur	28

1 Problemstellung und Einbettung in den Forschungsverbund

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 unverzichtbare 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 (1986) 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 bestäti-

gen 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 modellhaft im Westfalenpark Dortmund und im Botanischen Obstgarten Heilbronn erprobt und evaluiert wird. 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:

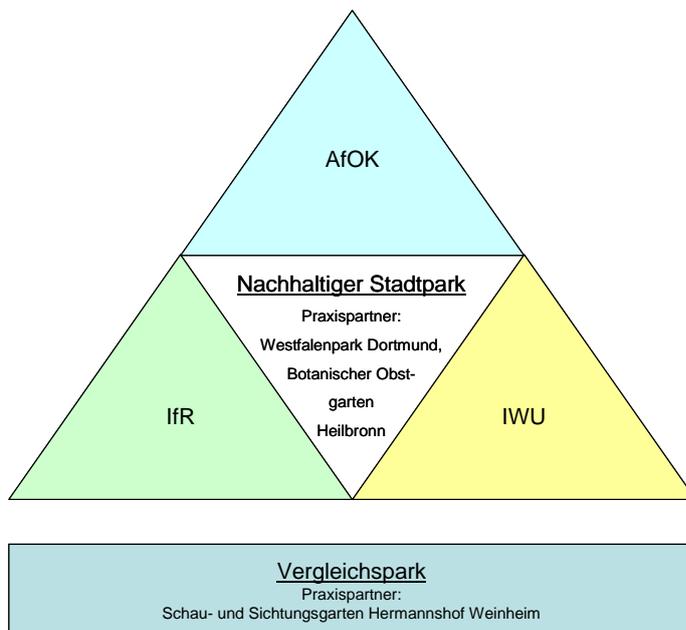
- Ökologische und planerisch-gestalterische Dimension:
Der Nachhaltige Stadtpark bietet das ganze Jahr über attraktive Blühflächen heimischer Gartenpflanzen, die mit allen Sinnen genossen werden können. Gleichzeitig wird so ein wichtiger Beitrag zur Erhaltung der Biodiversität geleistet, weil beliebte 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.

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 ver-

antwortlich für Entwicklung und Ausarbeitung der ökologischen und gestalterisch-planerischen Aspekte des Nachhaltigen Stadtparks¹.

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 Nachhaltigkeit².

Abb. 1.1: 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 Stadt³ 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 der Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof Weinheim als Vergleichs- und Kontrollpark in das Forschungsvorhaben einbezogen.

¹ Hierzu sei auf folgende Publikation hingewiesen: Lein-Kottmeier, G. (1999). Stängelwirtschaft - ein Erlebnisgarten in der Stadt. Garten + Landschaft. Heft 8, 27- 30.

² Hierzu sei auf folgende Publikation hingewiesen: Ostmann, A. & Vogt, J. (2004). Zur Ökonomie der Stadtparkkultur. Zeitschrift für Sozialmanagement, Bd. 2, 2, 97-121.

³ Hierzu sei auf folgende Publikation hingewiesen: Flade, Antje (2004). Parks und Natur in der Stadt. Konzepte und Wirkungen. Darmstadt: Institut Wohnen und Umwelt.

Im Rahmen der Untersuchung zur sozialen Dimension finden in den beiden Modellparks Westfalenpark Dortmund und Botanischer Obstgarten Heilbronn zweimalige Nutzerbefragungen statt – vor und nach der Umsetzung des Nachhaltigen Stadtparks. Die erste bereits abgeschlossene Erhebung diente der Ermittlung der Einstellungen und Motive für den Besuch von Parks als Grundlage für die bedürfnis- und zielgruppenorientierte Weiterentwicklung des Konzepts Nachhaltiger Stadtpark⁴. Die zweite noch ausstehende Erhebung dient der Evaluierung des Nachhaltigen Stadtparks durch die Parkbesucherinnen und -besucher nach seiner Eröffnung. Entsprechend des Vorgehens in den beiden Modellparks fanden/finden auch im Vergleichs- und Kontrollpark Hermannshof Befragungen von Besucherinnen und Besuchern statt. Weil der Hermannshof – im Unterschied zu den beiden Modellparks – im Zeitverlauf nicht verändert wird, stellt er eine Baseline dar, um zeitbedingte Veränderungen des Parkbesuchsverhaltens zu erfassen.

Die Ergebnisse der ersten Besucherbefragung im Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof sind in diesem Bericht dargestellt. Die Befragungen erfolgten im September und Oktober 2005 sowohl in mündlicher als auch in schriftlicher Form. Insgesamt wurden 85 Besucherinnen und Besucher befragt.

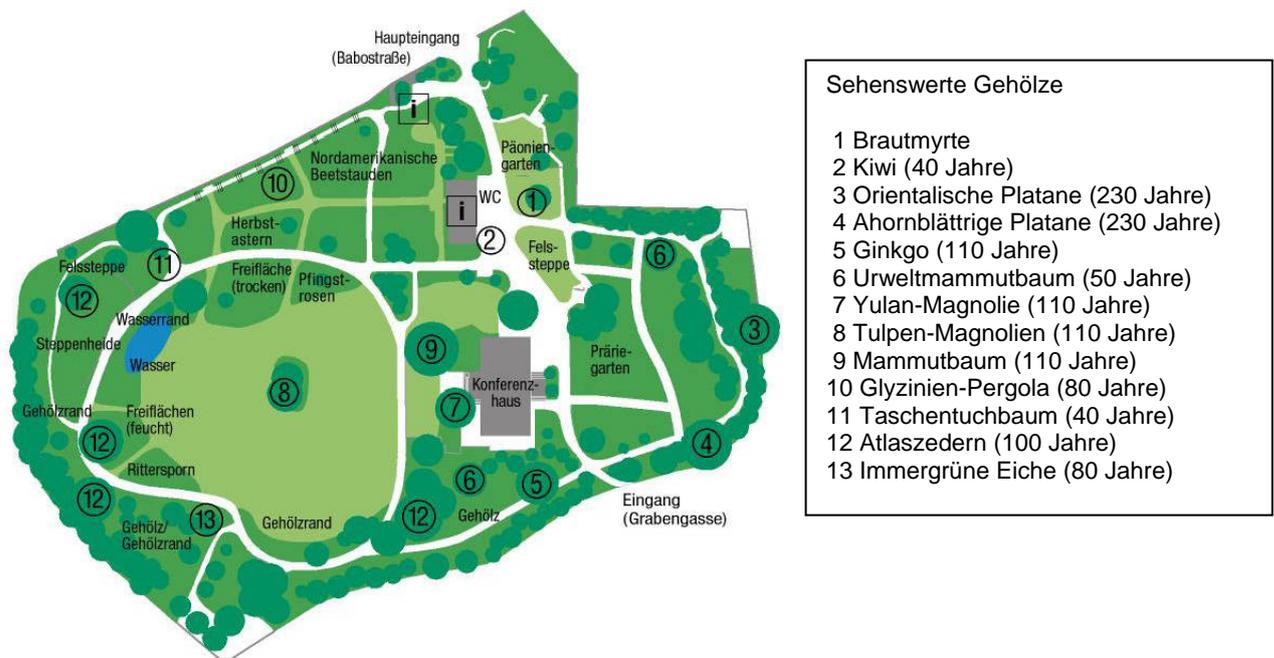
⁴ Hierzu sei auf folgende Publikationen hingewiesen: Hacke, U., Rölle, D. und G. Lohmann (2006). Nachhaltiger Stadtpark. Der Dortmunder Westfalenpark aus sozialwissenschaftlicher Sicht. Befragungsergebnisse 2005. Darmstadt: Institut Wohnen und Umwelt. Der Heilbronner und ein vergleichender Bericht in Vorbereitung.

2 Der Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof

Der Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof ist eine 2,2 ha große private Parkanlage mit klassizistischem Herrenhaus. Er blickt auf eine über 200 Jahre alte Gartentradition zurück und befindet sich seit 1888 im Besitz der Industriellenfamilie Freudenberg. 1983 wurde das ehemals privat genutzte Gartengelände als Schau- und Sichtungsgarten für Stauden der Öffentlichkeit zugänglich gemacht.

Der Hermannshof zählt heute zu den lehrreichsten Gärten in Deutschland. Seine klimatisch günstige Lage (westlich des Odenwaldes in der Nähe der Bergstraße) ermöglicht die Kultur einer großen Pflanzenvielfalt. So findet man im Hermannshof über 2500 Staudenarten und -sorten sowie alte, in Deutschland z. T. sehr seltene Gehölze.

Abb. 2.1: Übersichtsplan des Hermannshofes



Quelle: Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof Weinheim

Der Hermannshof versteht sich als Forschungs- und Bildungseinrichtung, die wissenschaftlich und experimentell an der Entwicklung einer modernen Staudenverwendung arbeitet. Im Gegensatz zu anderen Sichtungsgärten ist er keiner Hochschule angeschlossen, wird aber seit 1999 von den angehenden Landschaftsarchitekten aus dem Fachbereich Landespflege der Fachhochschule Wiesbaden/Geisenheim regelmäßig als Freilufthörsaal genutzt.

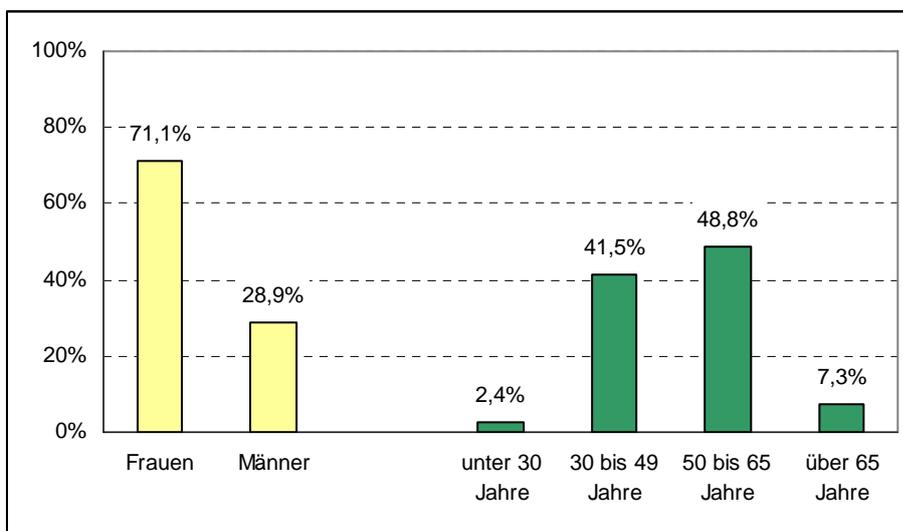
Des Weiteren werden monatlich öffentliche, kostenfreie Führungen angeboten, die jeweils unterschiedliche Themenschwerpunkte wie spezielle Pflanzengruppen, Lebensbereiche oder Gestaltung und Pflege behandeln. Außerdem gibt es auf Anfrage vereinbarte Gruppenführungen, spezielle Erlebnisführungen für Kindergartengruppen und Schulklassen, Bürgerberatung bei Gartenproblemen und die Möglichkeit Pflanzensamen zu kaufen.

Der Schaugarten ist das ganze Jahr über geöffnet und kann täglich von 10 Uhr bis 19 Uhr (April bis September) bzw. bis 18 Uhr (März und Oktober) sowie im Winterhalbjahr (November bis Februar) unter der Woche bis 16 Uhr kostenfrei besucht werden.

3 Beschreibung der Stichprobe

Befragt wurden 85 Besucherinnen und Besucher des Hermannshofs im Alter von 15 bis 79 Jahren, darunter 59 Frauen und 24 Männer⁵. Das Durchschnittsalter beträgt 51,7 Jahre. Mehr als die Hälfte der Befragten sind 50 Jahre und älter.

Abb. 3.1: Geschlecht und Altersgruppen der Befragten



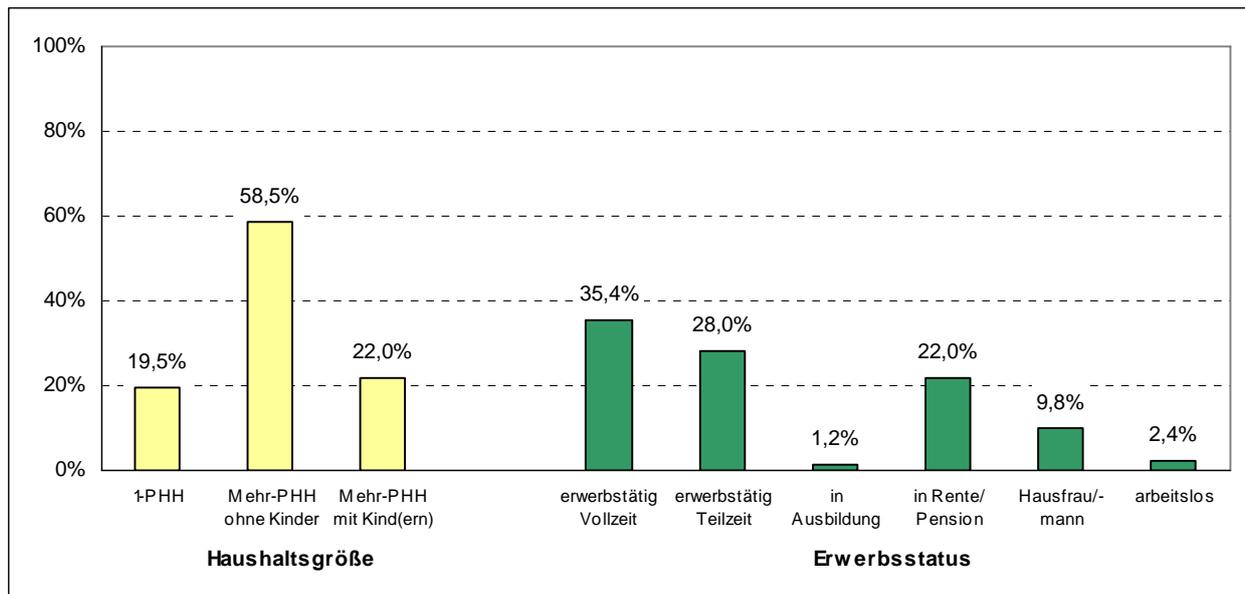
Entsprechend der Altersverteilung wird in der folgenden Ergebnisdarstellung nach zwei Altersgruppen differenziert: die unter 50-Jährigen und die ab 50-Jährigen.

Die überwiegende Mehrheit der Befragten (98 %) besitzt die deutsche Staatsangehörigkeit.

Die meisten Befragten leben in Haushalten ohne Kinder. Befragte aus Familien mit Kindern unter 18 Jahren haben einen Anteil von 22 %.

⁵ Von zwei Personen fehlte die Angabe zum Geschlecht.

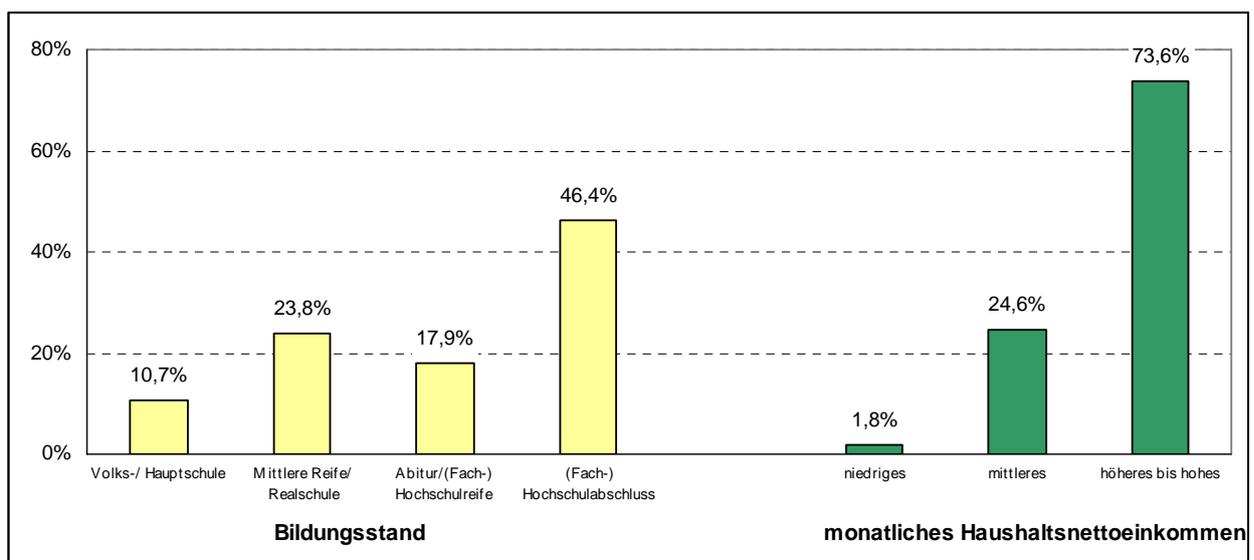
Abb. 3.2: Haushaltstyp (Familiensituation) und Erwerbsstatus der Befragten



Knapp zwei Drittel der Befragten sind erwerbstätig in Vollzeit bzw. Teilzeit. Etwas mehr als jede/r fünfte Befragte befindet sich im Ruhestand.

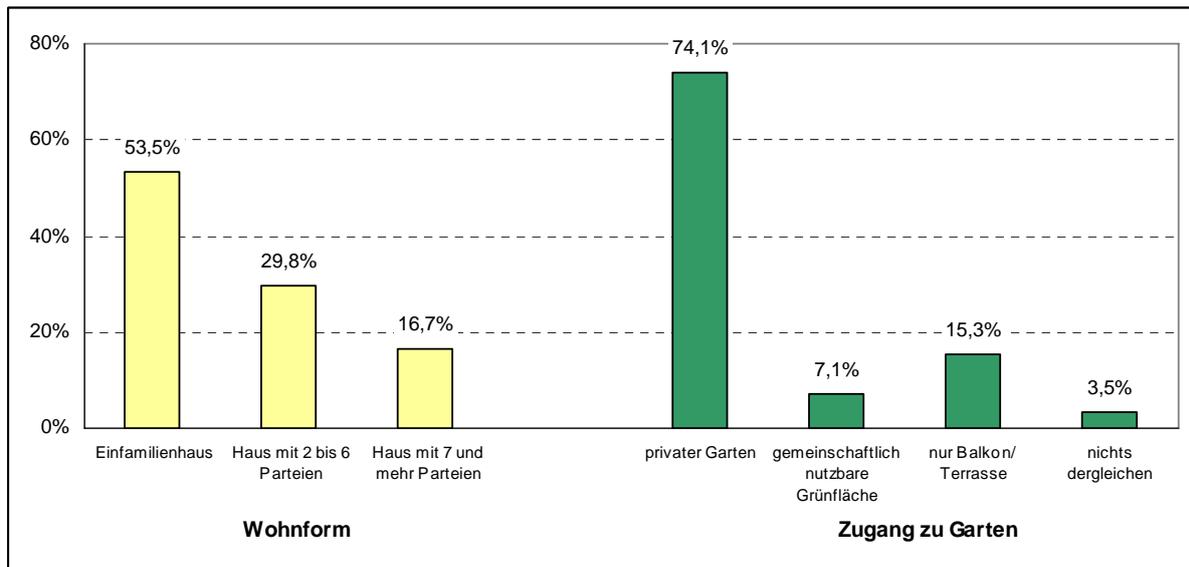
In der Stichprobe überwiegen die höheren Bildungsgrade – beinahe die Hälfte der Befragten besitzt einen (Fach-) Hochschulabschluss. Drei Viertel der Befragten verfügen über ein höheres bis hohes Haushaltsnettoeinkommen mit über 2.000 € monatlich.

Abb. 3.3: Bildungsstand und monatliches Haushaltsnettoeinkommen der Befragten



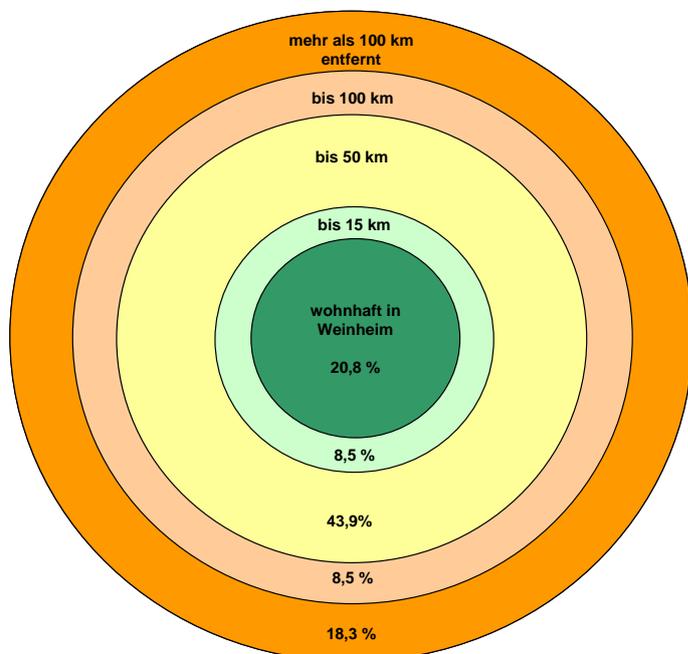
Etwas mehr als die Hälfte der Befragten lebt in Einfamilienhäusern. Wie der Abb. 3.4 weiter zu entnehmen ist, gaben drei Viertel der Befragten an, einen privaten Garten nutzen zu können.

Abb. 3.4: Wohnform und Zugang zu einem privaten Garten der Befragten



Ein Fünftel der Befragten waren Weinheimer Bürgerinnen und Bürger, die übrigen Besucherinnen und Besucher kamen von weiter her – meist aus dem Umkreis bis 50 km Entfernung, 18 % wohnen sogar mehr als 100 km entfernt.

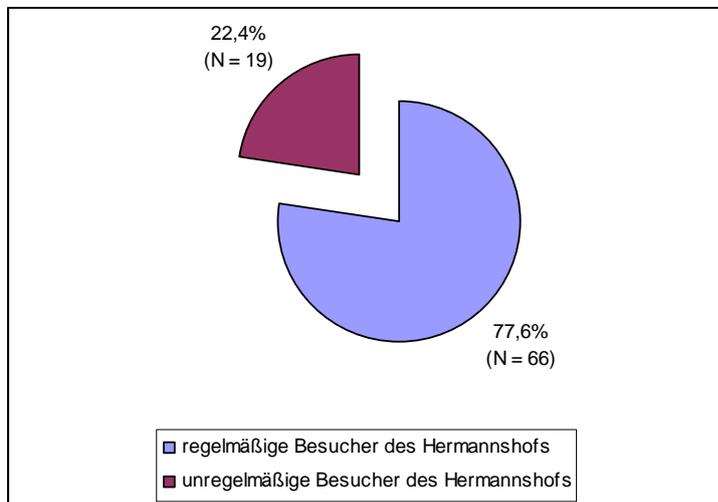
Abb. 3.5: Entfernung des Wohnorts der Befragten vom Hermannshof



Um die Befragten entsprechend ihres Parknutzungsverhaltens vergleichen zu können, wurde eine Differenzierung in regelmäßige und unregelmäßige Hermannshof-Besucher vorgenommen. Dabei galten alle Befragten, die mindestens zweimal pro Jahr in den Hermannshof

kommen, als regelmäßige Besucherinnen und Besucher mit einem Anteil von rund 78 % (siehe auch Abb. 4.1) ⁶.

Abb. 3.6: Anteil regelmäßiger und unregelmäßiger Besucherinnen und Besucher des Hermannshofes



Die Tabelle 3.1 gibt einen Überblick über die soziodemographischen Merkmale entsprechend der Differenzierung in regelmäßige und unregelmäßige Besucherinnen und Besucher.

Dabei ließen sich folgende Unterschiede zwischen den beiden Gruppen feststellen:

- Regelmäßige Besucherinnen und Besucher waren durchschnittlich älter und verfügten über ein höheres monatliches Haushaltsnettoeinkommen⁷.
- Sämtliche Befragten aus Weinheim gehörten zu den regelmäßigen Besucherinnen und Besuchern des Hermannshofs. Zwei Drittel der befragten unregelmäßigen Besucher kamen von weit her, sie wohnen mehr als 100 km entfernt.
- Vier von fünf Befragten, die selten in den Hermannshof kommen, verfügten über einen Hochschulabschluss⁸.

⁶ In einem Fall konnte keine Angabe zur Besuchshäufigkeit gemacht werden. Dieser Fall wurde der Gruppe „unregelmäßige Besucher“ zugeordnet.

⁷ Beide Unterschiede waren auf einem Niveau von $p < 0,01$ signifikant, d.h. die Irrtumswahrscheinlichkeit (p) beträgt in diesem Fall weniger als 1 %.

⁸ Damit waren in dieser Gruppe signifikant mehr Akademiker vertreten als in der Gruppe der regelmäßigen Besucher ($p < 0,01$).

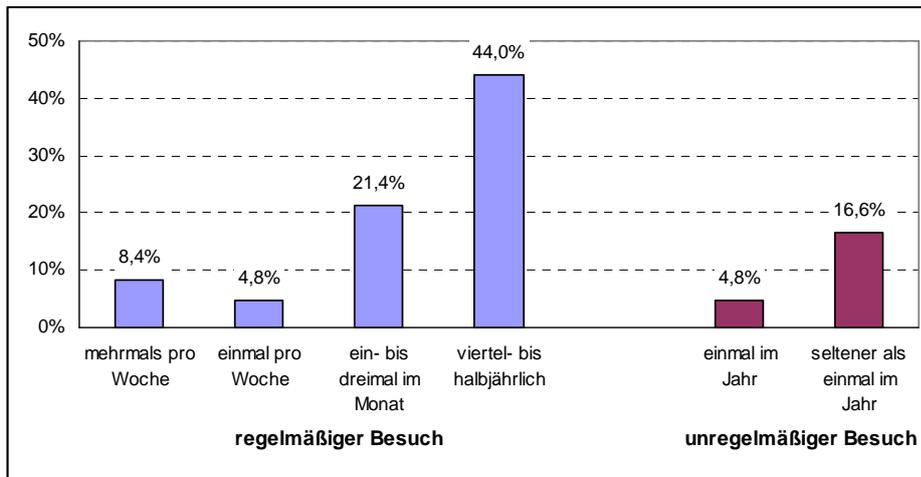
Tab. 3.1: Soziodemographische Merkmale der Befragten des Hermannshofes nach Regelmäßigkeit des Parkbesuchs, in %

Merkmal		regelmäßige Besucher	unregelmäßige Besucher
Geschlecht	Männer	34,4	11,1
	Frauen	65,6	88,9
Altersgruppen	unter 50 Jahre	34,4	76,5
	ab 50 Jahre	65,6	23,5
Haushaltstyp/ Familiensituation	1-PHH	22,2	11,1
	Mehr-PHH ohne Kinder	60,3	50,0
	Mehr-PHH mit Kind(ern)	17,5	38,9
Erwerbsstatus	erwerbstätig in Vollzeit	33,8	41,2
	erwerbstätig in Teilzeit	24,6	41,2
	in Ausbildung	1,5	-
	in Rente/Pension	26,2	5,9
	Hausfrau/-mann	10,8	5,9
	arbeitslos	3,1	-
Monatliches Haushaltsnetto- einkommen	niedriges Einkommen	-	7,6
	mittleres	18,6	46,2
	höheres bis hohes	81,4	46,2
Bildungsstand	Volks-/Hauptschulabschluss	12,3	5,6
	Mittlere Reife/Realschulabschluss	30,8	-
	Abitur/(Fach-)Hochschulreife	20,0	11,1
	(Fach-)Hochschulabschluss	35,4	83,3
Wohnform	Einfamilienhaus	53,8	50,0
	Haus mit 2 bis 6 Parteien	30,8	27,8
	Haus mit 7 und mehr Parteien	15,4	22,2
Zugang zu	privatem Garten	72,7	78,9
	gemeinschaftlich nutzbarer Grünfläche	6,1	10,5
	nur Balkon/Terrasse	16,7	10,5
	nichts dergleichen	4,5	-
Wohnort	Weinheim	27,0	-
	bis 15 km entfernt	11,1	-
	16 bis 50 km entfernt	49,2	22,2
	51 bis 100 km entfernt	7,9	11,1
	mehr als 100 km entfernt	4,8	66,7

4 Häufigkeit, Zeiten und Dauer des Besuches des Hermannshofs

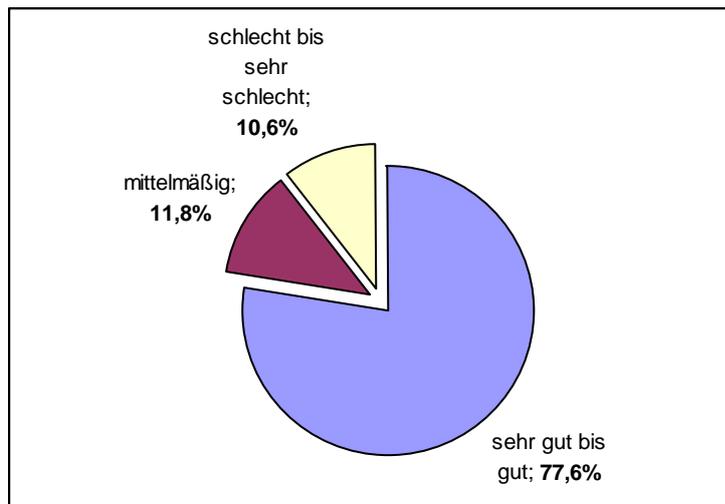
13 % der Befragten kommen häufig – einmal bis mehrmals pro Woche – in den Hermannshof. Dabei handelt es sich überwiegend um Bürgerinnen und Bürger aus Weinheim bzw. aus der näheren Umgebung. Zumeist sind die Abstände zwischen den Besuchen jedoch größer: Der größte Teil der regelmäßigen Besucherinnen und Besucher kommt viertel- bis halbjährlich in den Hermannshof.

Abb. 4.1: Häufigkeit des Besuchs des Hermannshofs



Die Mehrheit der Befragten (78 %) schätzt den Hermannshof in diesem Zusammenhang als sehr gut bis gut erreichbar ein. Befragte, die mehr als 100 km entfernt wohnen, empfinden den Schaugarten erwartungsgemäß als schlechter erreichbar und suchen ihn nur selten auf.

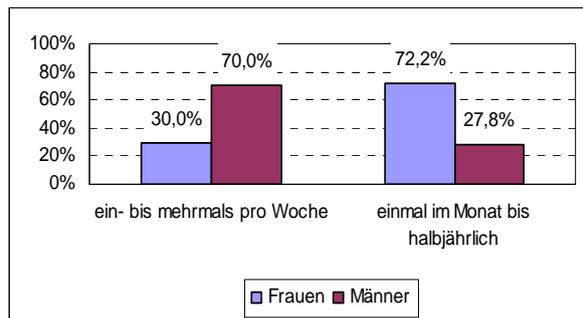
Abb. 4.2: Erreichbarkeit des Hermannshofs



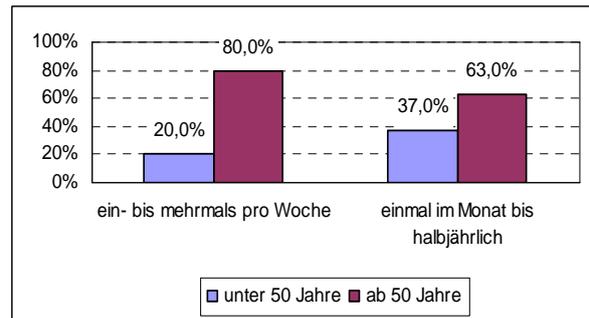
Betrachtet man noch einmal die regelmäßigen Besucherinnen und Besucher entsprechend ihrer Besuchshäufigkeit (vgl. Abb. 4.3), zeigt sich, dass ab 50-Jährige, Männer⁹, Befragte ohne Kinder unter 18 Jahren und Personen, die zuhause weder über einen privaten Garten noch über eine hausgemeinschaftlich nutzbare Grünfläche verfügen können¹⁰, den Hermannshof in kürzeren Zeitabständen aufsuchen als die übrigen Gruppen.

Abb. 4.3: Häufigkeit des regelmäßigen Parkbesuchs nach Gruppen

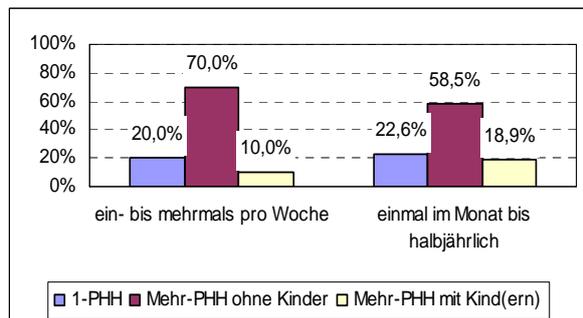
a) nach Geschlecht



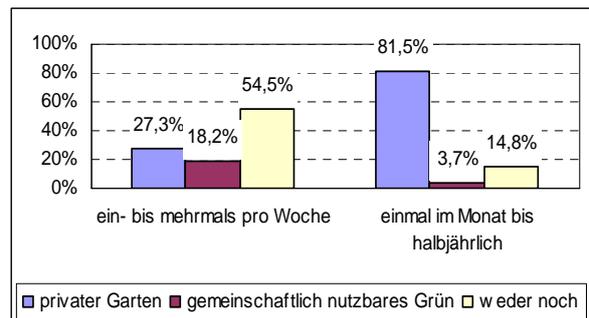
b) nach Altersgruppen



c) nach Haushaltstypen/Familiensituation



d) nach Zugang zu privatem Garten



37 % aller Befragten kommen ganzjährig in den Hermannshof, die übrigen sparen größtenteils nur die Wintermonate aus. Diejenigen Befragten, die den Hermannshof selten besuchen, bevorzugen den Herbst und den Spätsommer (siehe Abb. 4.4).

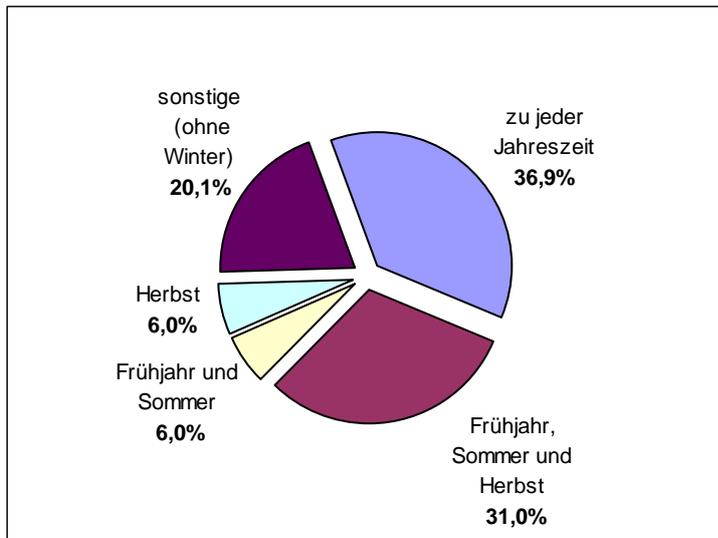
Die Gründe für den ganzjährigen Besuch des Hermannshofs liegen für 36 % der Befragten in der Attraktivität der Anlage, weitere 32 % betonen das Interesse an saisonbedingten Veränderungen und dem Wechsel der Jahreszeiten.

Diejenigen, die den Park nur im Winter nicht aufsuchen, begründen dies mit ihrem (fachlichen) Interesse an Blumen (33 %) und dem Besuch von Führungen bzw. Vorträgen (29 %), was im Winter nicht möglich ist.

⁹ signifikanter Unterschied zwischen Männern und Frauen auf dem Niveau von $p < 0,05$

¹⁰ signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen auf dem Niveau von $p < 0,01$

Abb. 4.4: Jahreszeiten der Besuche

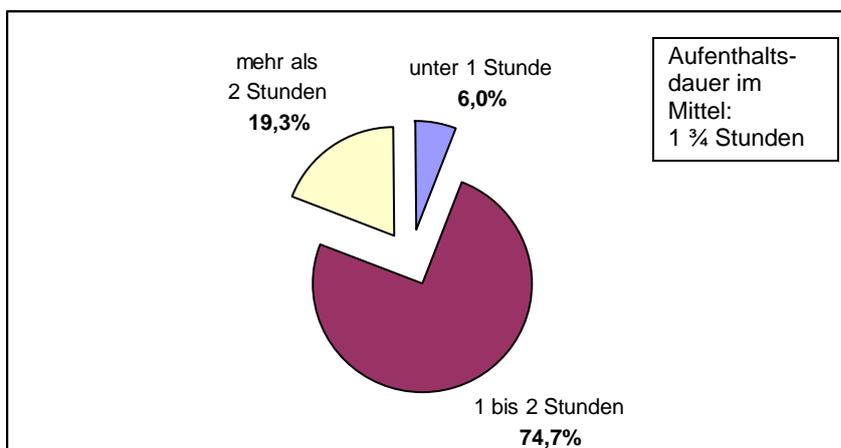


60 % der Befragten suchen den Hermannshof vornehmlich am Wochenende bzw. an Feiertagen auf. Die Teilnahme an Führungen, aber auch der Besuch von Freunden oder Verwandten, mit denen man im Hermannshof einen Spaziergang unternehmen will, stellen häufige Anlässe für den Besuch dar.

Die wenigsten Befragten kommen alleine in den Schaugarten (17 %). Die Mehrheit besucht den Hermannshof in Begleitung ihrer Partnerinnen und Partner, Freunde und Verwandten (vor allem Kinder und Enkelkinder).

Auf die Frage, wie lange die Besuche des Schaugartens normalerweise dauern, reichten die Angaben von einer halben bis sechseinhalb Stunden. Drei Viertel der Befragten halten sich in der Regel ein bis zwei Stunden im Hermannshof auf.

Abb. 4.5: Aufenthaltsdauer im Hermannshof



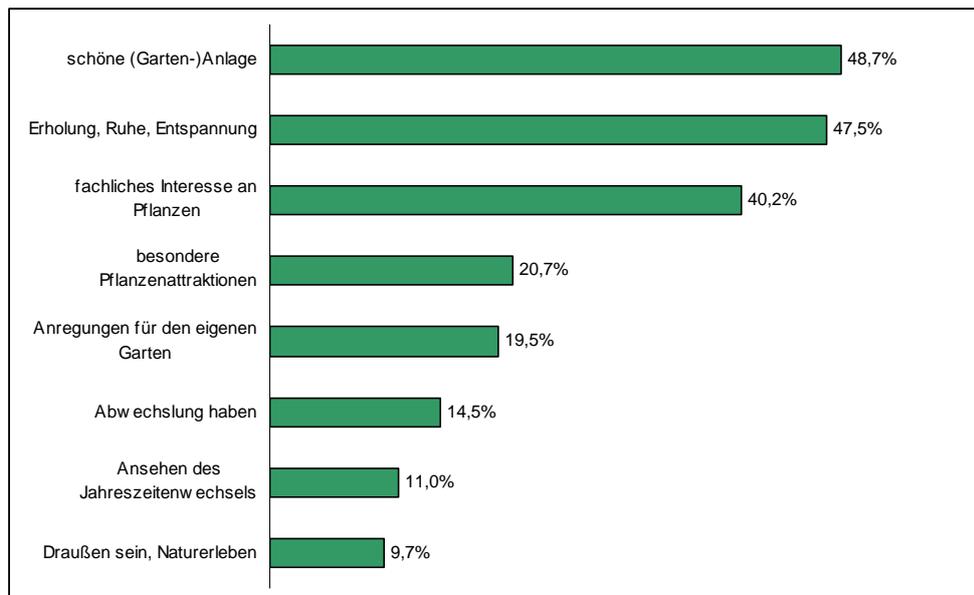
Zwischen den Gruppen ließen sich nur marginale Unterschiede ausmachen: Familien mit Kindern und solche Besucher, die nur selten in den Hermannshof kommen, halten sich dort für gewöhnlich etwas länger auf.

5 Einstellungen und Motive für den Besuch des Hermannshofs

5.1 Gründe für den Besuch

Offen nach den Gründen für den Besuch des Hermannshofs gefragt, zeigt sich ein hoher Bezug zur Thematik Garten. Zwar spielt auch hier das Bestreben nach Erholung und Entspannung eine große Rolle, was einem allgemein häufig genannten Bedürfnis beim Besuch von Park- und Grünanlagen entspricht, hauptsächlich angeführt werden aber gartenbezogene Aspekte. Die Gartenanlage wird als besonders schön und gelungen hervorgehoben. Viele Besucherinnen und Besucher kommen, weil sie ein fachliches Interesse an Pflanzen haben, im Hermannshof besondere Pflanzenattraktionen oder Anregungen für den eigenen Garten vorfinden. Als Ausflugsziel bietet der Schaugarten Abwechslung und Naturerleben und die Möglichkeiten, die jahreszeitlichen Veränderungen in der Pflanzenwelt zu besichtigen.

Abb. 5.1: Gründe für den Besuch des Hermannshofs, Mehrfachantworten (nur Nennungen von mindestens 10 % der Befragten)

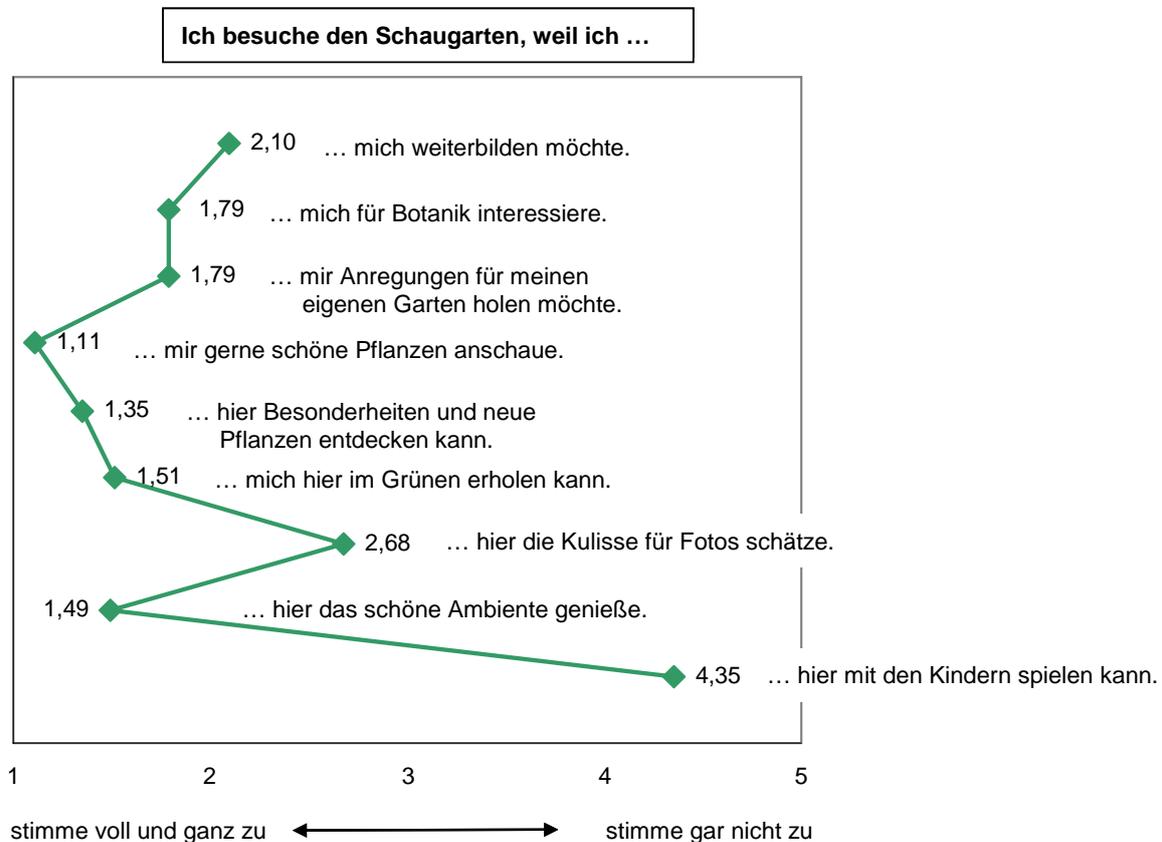


Zu ähnlichen Ergebnissen kommt auch die Betrachtung der Mittelwerte in Abb. 5.2. Hier wurden den Besucherinnen und Besuchern mögliche Motive für den Besuch des Hermannshof vorgegeben, denen sie mit Hilfe einer fünfstufigen Skala zustimmen konnten, wobei die 1 = „stimme voll und ganz zu“ den besten und die 5 = „stimme gar nicht zu“ den schlechtesten Wert repräsentierte.

Die Befragten besuchen den Hermannshof danach besonders häufig, weil sie sich gerne schöne Pflanzen anschauen, hier Besonderheiten und neue Pflanzen entdecken und das schöne Ambiente sowie die Erholung im Grünen genießen können. Das Interesse an Botanik und die Möglichkeiten, Anregungen für den eigenen Garten zu bekommen oder sich weiterzubilden, finden ebenfalls eine hohe Zustimmung. Weniger relevant ist die Kulisse des Parks zum Fotografieren. Als ein Ort, wo man mit den Kindern zu spielen kann, wird der Hermannshof von der Allgemeinheit nicht wahrgenommen. Befragte mit Kindern sehen dies im

Vergleich zu solchen ohne Kinder zwar signifikant positiver, aber dennoch mit großen Abstrichen (Mittelwert 3,59, $p < 0,001$).

Abb. 5.2: Motive für den Besuch des Hermannshofs, Mittelwerte



Befragte, die von weiter her anreisen und den Hermannshof seltener besuchen, interessieren sich signifikant häufiger für die botanischen Aspekte und Weiterbildungsmöglichkeiten, die der Garten bietet. Weinheimer Bürgerinnen und Bürger schätzen dagegen mehr seine Erholungsfunktion. Ältere Befragte kommen häufiger des schönen Ambientes wegen als Jüngere.

Zwischen den einzelnen Motiven für den Besuch des Hermannshofes bestehen mehr oder weniger enge Zusammenhänge (Korrelationen), d.h. ein Besuch kann zeitgleich verschiedene Bedürfnisse befriedigen. Wer sich zum Beispiel Anregungen für den eigenen Garten holen möchte, deckt damit gleichzeitig sein Interesse für Pflanzen und Fortbildung ab¹¹. Das schöne Ambiente wirkt sich förderlich auf den Erholungswert im Grünen aus ($r = 0,722$, $p < 0,01$).

Um die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Motiven sichtbar zu machen, wurde eine Faktorenanalyse durchgeführt. Dieses statistische Verfahren fasst Variablen (in diesem Fall die Motive), die untereinander stark korrelieren, zu so genannten Faktoren (in diesem Fall

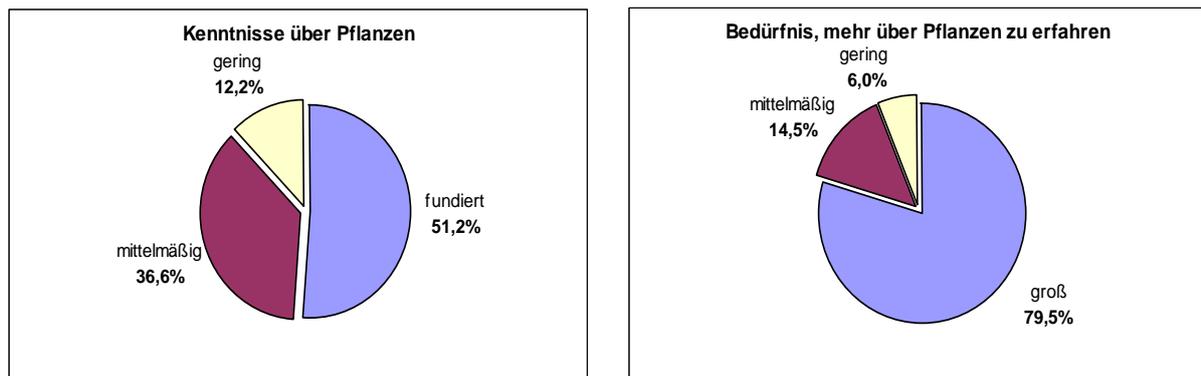
¹¹ Alle drei Aspekte korrelierten hoch signifikant miteinander (r zwischen 0,581 und 0,669, $p < 0,01$).

Motivgruppen) zusammen und reduziert damit die Komplexität¹². So konnten drei Bedürfnisgruppen extrahiert werden¹³:

1. Botanisches Interesse
(Interesse an Weiterbildung, Botanik und Anregungen für den eigenen Garten)
2. Genuss und Ästhetik
(Anschauen schöner Pflanzen, Entdecken von Besonderheiten, Erholung im Grünen und Genießen des Ambientes)
3. Freizeitaktivitäten
(Spielen mit Kindern, Fotografieren)

Das Interesse an Pflanzen stellt – wie man sehen konnte – eines der Hauptmotive für den Besuch des Hermannshofes dar. Daher ist es wenig verwunderlich, dass viele der Befragten zum einen angeben, über fundierte botanische Kenntnisse zu verfügen, und zum anderen ein ausgeprägtes Bedürfnis haben, mehr über einheimische Pflanzen zu erfahren.

Abb. 5.3: Kenntnisse über Pflanzen und das Bedürfnis, mehr darüber zu erfahren



Auf besonders gute Botanikkenntnisse verwiesen Frauen, Ältere und diejenigen Befragten, die den Hermannshof nur sehr selten aufsuchen. Ein besonderes Bedürfnis, mehr über Garten und Natur zu erfahren, haben erwartungsgemäß diejenigen, die an Führungen teilnahmen.

¹² Ziel ist es dabei, die Zahl der Ausgangsvariablen zu reduzieren, indem sie gebündelt, d.h. auf einige wenige zentrale Faktoren zurückgeführt werden (vgl. Backhaus et al., S.12).; Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse; Rotationsmethode: Varimax

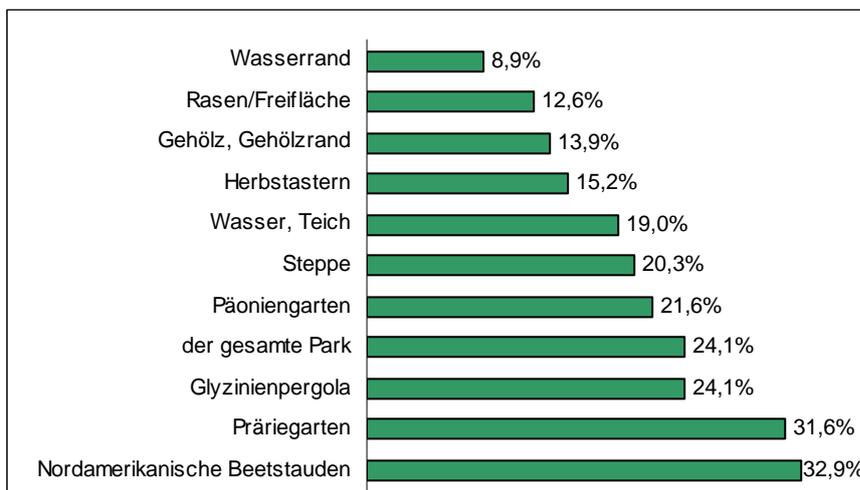
¹³ Der erste Faktor erklärt 29,6% der Gesamtvarianz aller Variablen, der zweite 24% und der dritte 18,1%, so dass alle drei Faktoren zusammen einen Erklärungsanteil von 71,8% bezüglich der neun Ausgangsmotive besitzen.

5.2 Besonders attraktive und weniger attraktive Plätze im Hermannshof

Zur Ermittlung der als besonders attraktiv empfundenen Orte im Hermannshof wurden die Besucherinnen und Besucher gebeten, in einen Plan des Hermannshofes diejenigen Plätze einzeichnen, an denen sie sich am liebsten aufhalten. Die Nennungen sollten zudem jeweils begründet werden¹⁴.

Danach mag jede/r vierte Befragte den Hermannshof in seiner Gesamtheit. Zu den Highlights gehören die Nordamerikanischen Beetstauden und der Präriegarten. Wie die Abb. 5.4 weiter zeigt, sind auch die Glyzinien-Pergola, der Päoniengarten sowie die Steppen- und Wasserbereiche Anziehungspunkte für die Besucherschaft. Saisonale Attraktion sind die Herbstastern. Das Gehölz bzw. der Gehölzrand und die freien Rasenflächen komplettieren die Liste.

Abb. 5.4: Lieblingssorte der Besucherinnen und Besucher des Hermannshofs, Mehrfachantworten (nur Nennungen von mindestens 5 % der Befragten)



Ästhetische und Genussaspekte – wie schön bepflanzt, idyllisch, romantisch, schön angelegt usw. – machen sämtliche Plätze aus, an denen sich die Besucherinnen und Besucher am liebsten aufhalten. Aber auch die Befriedigung des fachlichen Interesses und der Erhalt von Anregungen für den eigenen Garten gehören erneut zu den Attraktivitätsmerkmalen (vgl. Tab. 5.1)

¹⁴ Insgesamt kamen 92 % der Befragten dieser Bitte nach, wobei jede/r Zehnte von ihnen allerdings keine Gründe angab.

Tab. 5.1: Begründungen für die Lieblingsorte, Mehrfachantworten (wichtigste Nennungen absolut)

Begründungen	Nordam. Beetstauden	Präriegarten	Glyzinien-Pergola	Park insgesamt	Päonien-garten	Steppe	Wasser, Teich
schöne Pflanzen, schön bepflanzt	11	5	9	2	4	2	-
schön, idyllisch, romantisch	6	5	5	7	2	-	4
schön angelegt, schön gestaltet	4	4	2	-	3	2	-
ist das ganze Jahr über schön	2	-	2	2	1	-	-
naturbelassen	2	1	1	-	-	1	1
schöner Ausblick	-	2	2	-	1	2	1
schön zum Sitzen	1	3	2	-	-	1	-
schön zum Schauen, Leute betrachten	2	-	-	-	-	-	2
abwechslungsreich	1	1	2	2	1	-	1
Ruhe, Entspannung	2	1	3	-	-	-	1
Anregung für den eigenen Garten	5	4	-	1	1	2	-
fachliches Interesse	3	4	1	1	1	4	-

Auch Plätze, die von den Befragten nicht so gern aufgesucht werden, sollten in den Plan des Hermannshofs eingetragen werden. Während beinahe alle Befragten (92 %) ihre Lieblingsaufenthaltsorte im Schaugarten benennen konnten, waren es hinsichtlich der weniger attraktiven Plätze lediglich 38 %, die eine Antwort gaben. Von diesen wurden gehäuft der Gehölzrand bzw. alle schattigen Flächen mit der Begründung genannt, dass es dort zu schattig und gering bepflanzt sei und daher abwechslungslos und uninteressant wirke.

Dass der Gehölzrand – gerade weil er Schatten spendet – auch bei den Lieblingsorten genannt wurde, deutet noch einmal auf die Unterschiedlichkeit der Motivlagen und Präferenzen der Besucherschaft hin. Gleiches gilt für die Rasenflächen, die auf den Einen ihrer Weitläufigkeit wegen attraktiv wirken, und einem Anderen im Vergleich zur übrigen Gartenanlage als eintönig erscheinen.

Die Frage, was den Hermannshof in den Augen seiner Besucher noch bereichern würde, führte zur Aufzählung einiger weniger Aspekte:

- 13 % der Befragten wünschen sich mehr Informationstafeln in den Pflanzenanlagen. Gleich viele könnten sich eine bessere Gestaltung des Teiches vorstellen.
- 11 % vermissen ein Café im Garten. Ebenso viele regten an, (mehr) Rosen anzupflanzen.
- Mehr Sitzgelegenheiten wären für 8 % eine Verbesserung des Hermannshofs.

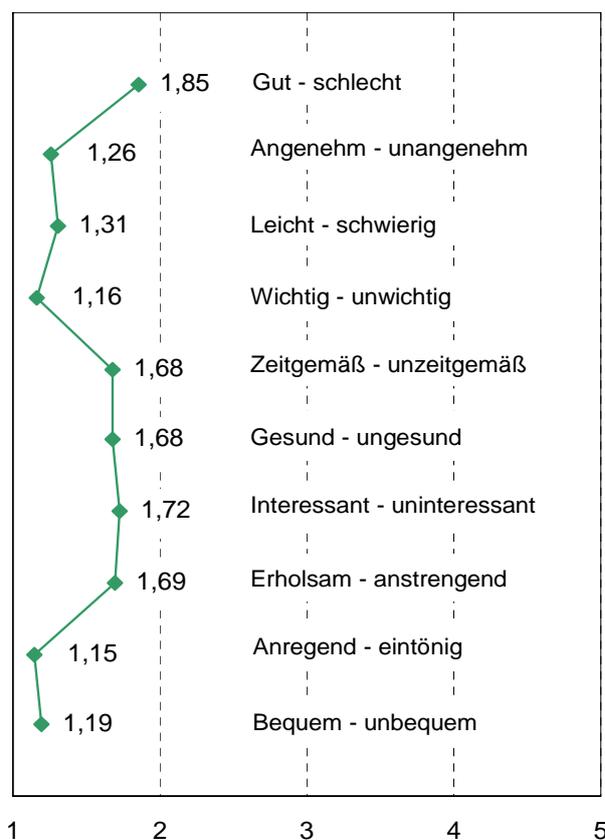
Jede/r Vierte gab in diesem Zusammenhang an, keine Verbesserungsvorschläge zu haben, bzw. befand den Garten ausdrücklich für gut, so wie er ist.

5.3 Einstellungen zum und Wertschätzung des Hermannshofs

Die Einstellungen zum Hermannshof wurden mittels zehn formulierten Antonympaaren abgefragt, mit denen die Befragten einschätzen sollten, wie sie ihren Besuch im Schaugarten im Allgemeinen finden¹⁵.

Die Befragten, die zu 95 % öffentliche Grün- und Parkanlagen generell als (sehr) wichtig ansehen, sind auch dem Hermannshof gegenüber durchweg positiv eingestellt. Sämtliche Mittelwerte der Abb. 5.5 liegen im positiven Bereich. Insbesondere wird ein Besuch des Schaugartens als anregend, wichtig, bequem und angenehm eingeschätzt.

Abb. 5.5: Einstellungen zum Hermannshof, Mittelwerte



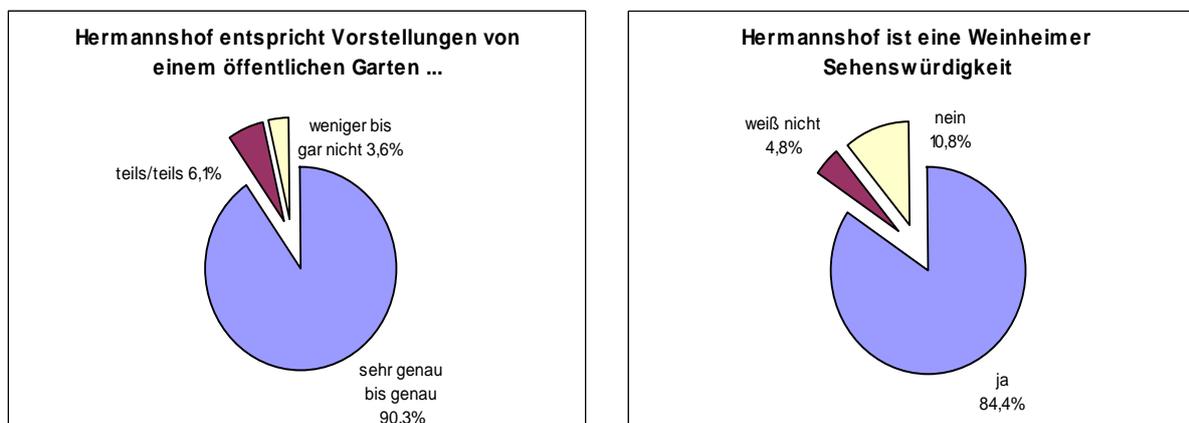
Wie bereits bei den Motiven für den Besuch des Hermannshof wurde auch hier eine Faktorenanalyse zur Dimensionsreduktion durchgeführt. Dabei konnten drei hauptsächliche Kriterien extrahiert werden:

1. Der Hermannshof verspricht Wohlbefinden und Anregung.
(Parkbesuch ist gut, angenehm, interessant und anregend.)
2. Ein Besuch des Hermannshof entspricht den persönlichen Ansprüchen.
(Parkbesuch ist zeitgemäß, bequem, gesund und wichtig.)
3. Ein Besuch des Hermannshofs bietet Entspannung.
(Parkbesuch ist erholsam und leicht.)

¹⁵ 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).

Für die deutliche Mehrheit der Befragten entspricht der Hermannshof zudem den eigenen Vorstellungen von einem öffentlich nutzbaren Garten und wird als Weinheimer Sehenswürdigkeit wahrgenommen, die man Besuchern gerne vorführt.

Abb. 5.6: Wertschätzung des Hermannshofs



Gleichwohl teilen sich die Meinungen der Interviewten bei der Frage, ob eine öffentliche Gartenanlage den eigenen Garten ersetzen kann: 51 % der Befragten bejahten diese Frage. Davon meinte die Hälfte jedoch einschränkend, dass dies nur dann der Fall sei, wenn man keinen eigenen Garten besitzt. 47 % der Befragten teilen nicht die Ansicht, dass ein Park den privaten Garten ersetzen kann¹⁶. Für den privaten Garten sprechen die eigenen Gestaltungsmöglichkeiten, seine Privatheit und räumliche Nähe zur Wohnung. Der Park als Gartenersatz hat den Vorteil, dass die lästige Gartenarbeit wegfällt, aber trotzdem Erholung und Naturerleben geboten ist. Zudem bestehen in einem öffentlichen Park aufgrund seiner Größe mehr Freiräume.

Tab. 5.2: Antworten auf die Frage, inwieweit ein öffentlicher Garten ein Ersatz für den eigenen Garten sein kann, Mehrfachantworten (jeweils Nennungen von mindestens 10 % der Befragten)

<p>Ein Park kann ein Ersatz für den eigenen Garten sein, weil...</p> <ul style="list-style-type: none"> ...die körperlich anstrengende Gartenarbeit wegfällt. (37 %) ...man sich im Park ebenfalls erholen, ausruhen und ausspannen kann. (29 %) ...ein Park ein Stück Natur ist und Farb- und Blumenpracht bietet. (24 %) ...es aufgrund der Größe im Park mehr Freiräume gibt. (10%)
<p>Ein Park kann kein Ersatz für den eigenen Garten sein, weil...</p> <ul style="list-style-type: none"> ...man im Garten selbst pflanzt und kreativ sein kann. (74 %) ...der Garten ein privater Ort ist, an dem man nicht gestört wird. (31 %) ...der Garten direkt vor der Tür liegt. (14 %)

Ob die Befragten selbst Zugang zu einem privaten Garten haben oder nicht, spielte bei den Antworten keine Rolle.

¹⁶ Differenz zu 100 %: Antwort „weiß nicht“

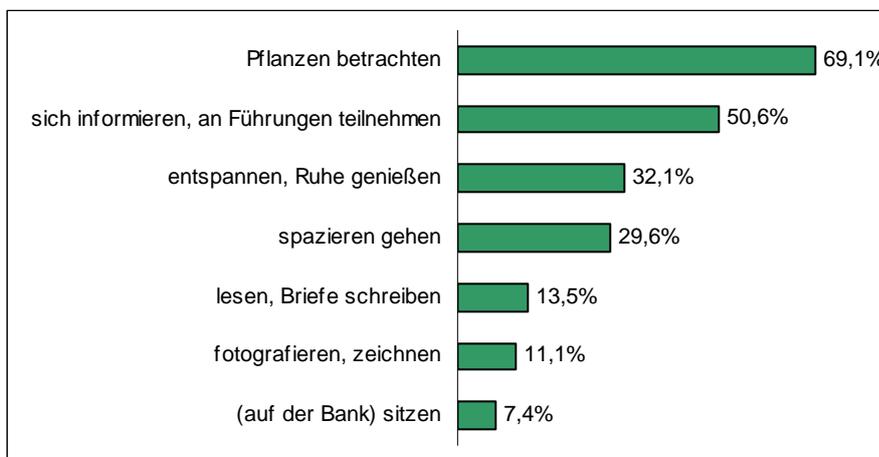
6 Aktivitäten im Hermannshof

Hinsichtlich der Aktivitäten im Hermannshof interessierten folgende Aspekte: Zum einen sollte allgemein der Frage nachgegangen werden, was die Befragten bei ihren Besuchen im Hermannshof hauptsächlich tun. Weitere Schwerpunkte des Interesses lagen auf den im Schaugarten regelmäßig und nach Vereinbarung angebotenen Führungen und den Möglichkeiten, Pflanzensamen zu kaufen.

6.1 Besucheraktivitäten im Hermannshof

Entsprechend der Motive für den Besuch des Hermannshof, die häufig mit einem großen Interesse an Pflanzen einhergehen, ranken sich auch die Aktivitäten größtenteils um dieses Thema. Zwei Drittel schauen sich bei ihrem Besuch hauptsächlich die Pflanzen an, die Hälfte informiert sich und/oder nimmt an Führungen teil. Entspannung finden, Spazieren gehen und andere erholsame Beschäftigungen wie Lesen oder einfach nur auf der Bank Sitzen gehören ebenfalls zu den Dingen, die gern im Hermannshof getan werden. Jede/r Zehnte nutzt die Gelegenheit des Besuchs zum Fotografieren oder Zeichnen.

Abb. 6.1: Aktivitäten im Hermannshof, Mehrfachantworten (nur Nennungen von mindestens 5 % der Befragten)



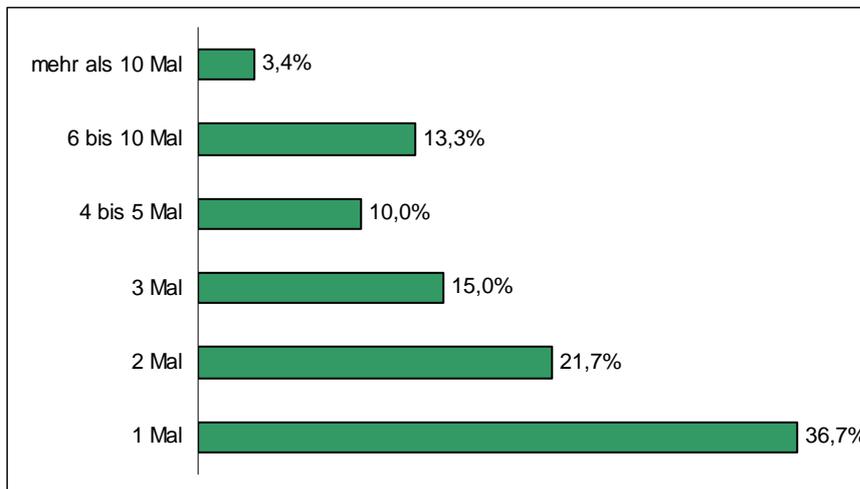
Insbesondere für diejenigen, die in der Nähe des Hermannshofs wohnen und die regelmäßiger kommen, steht die Erholungsfunktion (Spazieren gehen, Entspannen) stärker im Vordergrund. Diejenigen, die seltener und von weiter her kommen, sind mehr am Pflanzenstudium und Führungen interessiert.

6.2 Führungen im Hermannshof

Der Hermannshof bietet von April bis Oktober monatlich öffentliche Sonntagsführungen an, an der die Besucher kostenfrei und ohne Anmeldung teilnehmen können. Darüber hinaus können auf Anfrage auch Führungen vereinbart werden, für die je nach Teilnehmerzahl unterschiedliche Kosten anfallen.

Wie aus den vorherigen Kapiteln bereits ersichtlich war, gehört die Teilnahme an Führungen zu den meist genannten Aktivitäten im Hermannshof und stellt gleichzeitig eines der Hauptmotive für den Besuch des Schaugartens dar. 78 % der Befragten haben in der Vergangenheit bereits an einer Führung teilgenommen¹⁷, davon knapp zwei Drittel bereits mehr als einmal (siehe Abb. 6.2). Weitere 15 % äußerten die Absicht, dies gern einmal machen zu wollen. Lediglich 7 % hatten kein Interesse.

Abb. 6.2: Anzahl bereits besuchter Führungen



Befragte von weiter her kommen häufig vor allem der Führungen wegen, dies ist bei den in Weinheim direkt Wohnenden signifikant seltener der Fall. Gleiches gilt für Befragte mit einem privaten Garten im Vergleich zu denen ohne.

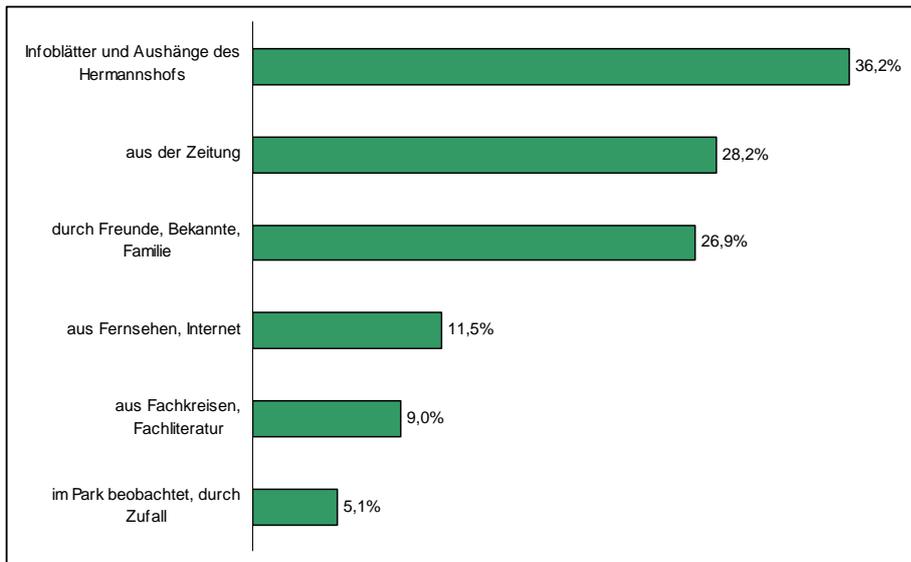
Die Meisten besuchen die Führungen viertel- bis halbjährlich (35 %) oder jährlich (24 %). Häufiger kommen 19 %, seltener 22 %.

Bereits die Häufigkeit der Besuche von Führungen weist auf deren hohe Qualität hin: 90 % der Befragten beurteilen diese mit gut, die übrigen antworteten mit „eher gut“ und „teils/teils“.

Wie die Abb. 6.3 zeigt, haben die Interviewten vornehmlich aus den Infoblättern des Hermannshofs und Zeitungsberichten, aber auch durch Freunde und Verwandte von der Möglichkeit einer Führung erfahren. Eine kleinere Rolle spielen Fernsehreportagen, das Internet oder Artikel in der Fachliteratur.

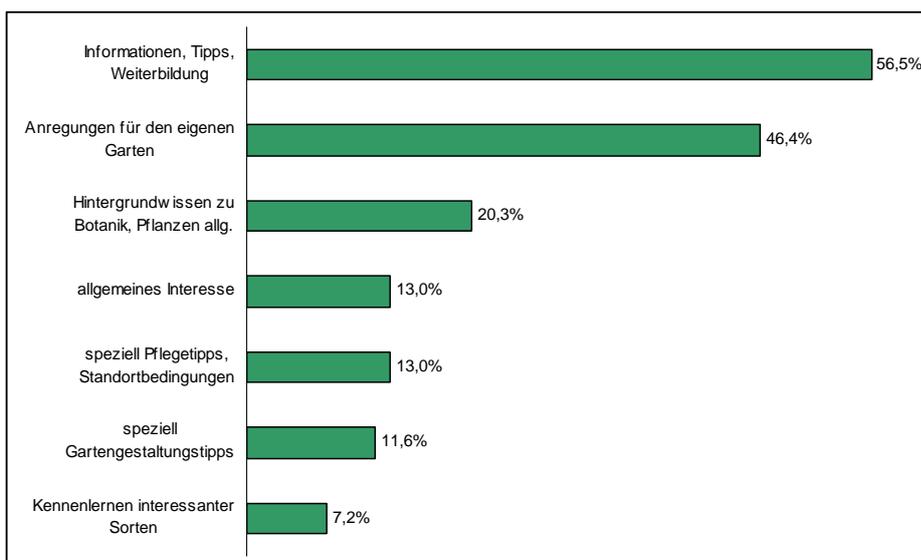
¹⁷ Dieser hohe Anteil ist auch dadurch bedingt, dass 74 % der Befragten im Anschluss an eine Führung befragt wurden.

Abb. 6.3: Information über Führungen durch..., Mehrfachantworten (nur Nennungen von mindestens 5 % der Befragten)



Die individuellen Gründe für die Teilnahme an den Führungen im Hermannshof entsprechen weitgehend den Motiven für den Besuch des Schaugartens, die in Kap. 5.1 mit dem Begriff „botanisches Interesse“ zusammengefasst worden sind. Das Interesse an Weiterbildung und an Anregungen für den eigenen Garten stellen die Hauptmotive für den Besuch von Führungen dar. Dazu zählt auch der Erwerb von Hintergrundwissen zu botanischen Themen sowie Pflege- und Gestaltungstipps. Ein allgemeines Interesse am Schaugarten oder an besonders interessanten Pflanzensorten begründet ebenfalls die Teilnahme an einer Führung.

Abb. 6.4: Gründe für den Besuch von Führungen, Mehrfachantworten (nur Nennungen von mindestens 5 % der Befragten)

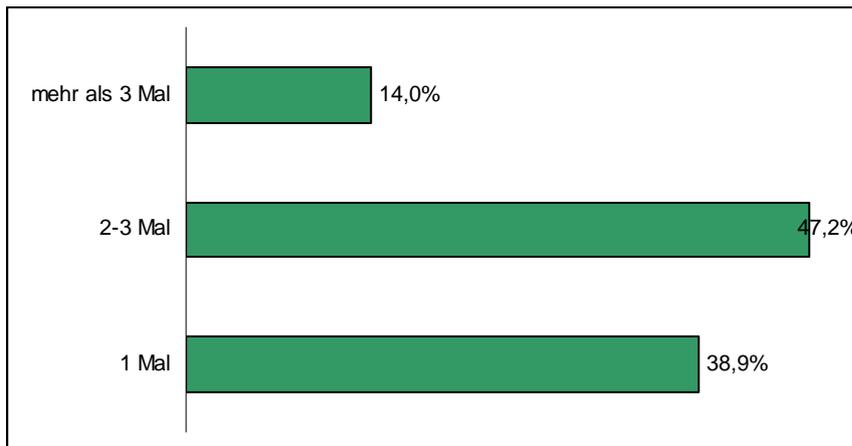


98 % derjenigen Teilnehmerinnen und Teilnehmer einer Führung, die über einen eigenen Garten verfügen, gaben an, die Anregungen aus den Führungen im eigenen Garten auch umzusetzen.

6.3 Kauf von Pflanzensamen

46 % der Befragten haben in der Vergangenheit bereits Pflanzensamen im Hermannshof erworben, davon 61 % mehr als einmal (siehe Abb. 6.5). Mit 45 % ähnlich groß ist der Anteil derjenigen, die bisher noch nichts im Hermannshof erworben haben, aber daran interessiert waren. Knapp 10 % haben kein Interesse am Kauf von Pflanzensamen.

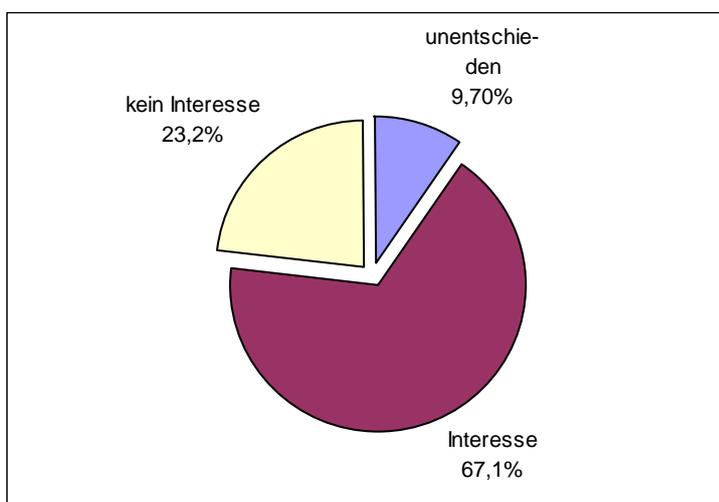
Abb. 6.5: Häufigkeit des Kaufs von Pflanzensamen im Hermannshof



7 Mitwirkungsinteresse und Zahlungsbereitschaft

Allgemein danach gefragt, ob es für sie vorstellbar sei, selbst bei der Erhaltung von Stadtparks/öffentlichen Gärten mitzuwirken, äußerten zwei Drittel der Befragten ein grundsätzliches Interesse.

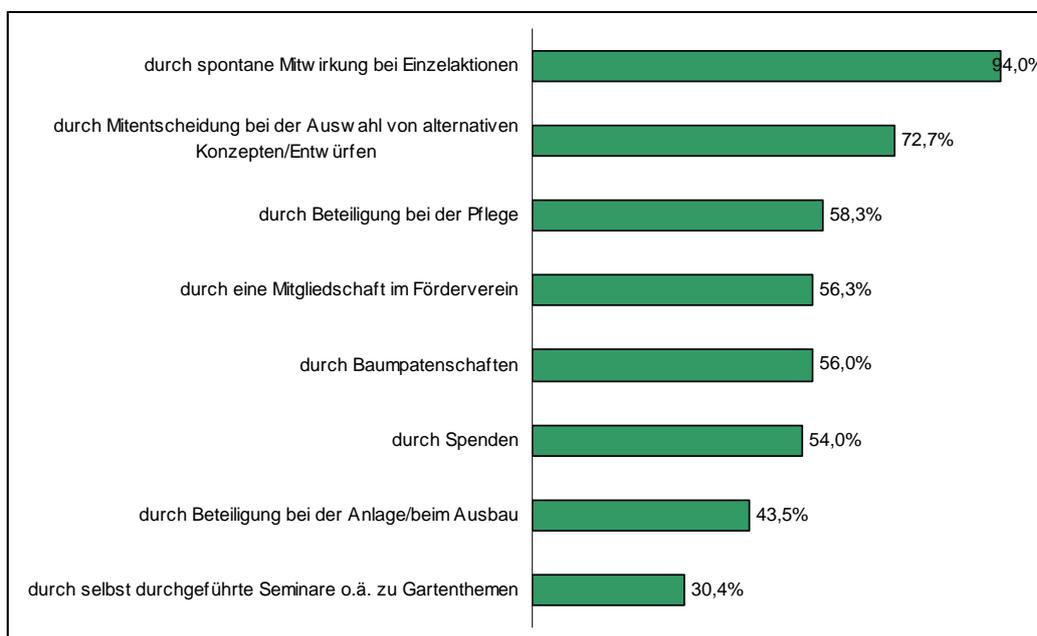
Abb. 7.1: Grundsätzliches Mitwirkungsinteresse



Frauen und Jüngere können sich eine Mitwirkung jeweils eher vorstellen als Männer und Ältere.

Für die grundsätzlich an einer Mitarbeit Interessierten kommen dabei vor allem die spontane Mitwirkung bei Einzelaktionen und die Mitentscheidung bei alternativen Konzepten bzw. Entwürfen in Frage. Richtig Handanlegen würden 58 % bei der Pflege, knapp 44 % beim Ausbau oder der Neuanlage von Parks. Weiter könnten sich mehr als die Hälfte der Befragten vorstellen, finanzielle Unterstützung in Form einer Mitgliedschaft in einem Förderverein oder durch Baumpatenschaften und Spenden zu geben. Jede/r Dritte wäre bereit, Seminare zu Gartenthemen zu geben.

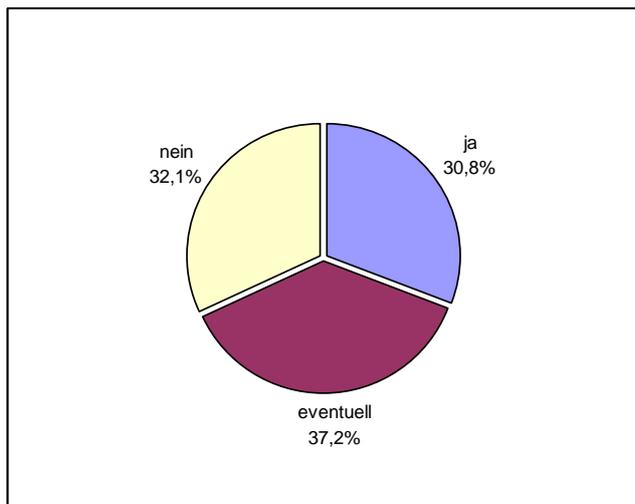
Abb. 7.2: Zustimmung zu verschiedenen Formen der Beteiligung



Bei 71 % der Mitwirkungsbereiten trifft das Beteiligungsinteresse auch speziell für den Hermannshof zu, bei den in Weinheim Wohnenden und den regelmäßig Kommenden signifikant deutlicher als bei den Auswärtigen und denjenigen, die den Hermannshof seltener besuchen.

Im Rahmen der Besucherbefragung interessierte auch, ob die Einführung eines Eintrittsgeldes Auswirkungen auf die Besuchshäufigkeit haben würde. Dabei ließ sich feststellen, dass ein Drittel aller Befragten ganz sicher und gut ein weiteres Drittel eventuell seltener in den Hermannshof kommen würden. Dabei handelt es sich vor allem um regelmäßige Besucherinnen und Besucher aus Weinheim und der unmittelbaren Umgebung. Für die Hälfte derjenigen, die den Hermannshof seltener und von weiter her besuchen, würde sich dagegen auch nach der Einführung eines Eintrittsgeldes nichts ändern.

Abb. 7.3: Seltener Besuche im Falle der Entrichtung eines Eintrittsgeldes



8 Zusammenfassende Betrachtung

Der Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof ist ein Anziehungspunkt für botanisch Interessierte. Um die kleine Gartenanlage mit ihren besonderen Pflanzenattraktionen zu betrachten oder an den Führungen teilzunehmen, reisen die Besucherinnen und Besucher von weit her nach Weinheim. Üblicherweise kommen sie in Viertel- bis Halbjahresabständen in den Garten – auch um die jahreszeitlichen Veränderungen zu beobachten. Die in Weinheim oder dessen unmittelbarer Umgebung Wohnenden suchen den Park häufiger auf, um sich zu entspannen und Ruhe zu finden. Besonders beliebt ist der Hermannshof bei den Besitzern von eigenen Gärten, die sich Anregungen, Gestaltungs- und Pflegetipps holen. Die meisten Besucherinnen und Besucher, die oft selbst über fundierte botanische Kenntnisse verfügen, haben ein ausgeprägtes Bedürfnis mehr über Pflanzen zu erfahren. Viele der Befragten hatten daher bereits häufiger an den angebotenen Führungen im Hermannshof teilgenommen, um sich weiterzubilden und Anregungen und Informationen über verschiedene Gartenthemen zu erhalten. Dies spricht für die Qualität der Führungen, die von 90 % der Befragten als gut beurteilt wurde.

Viele Besucherinnen und Besucher schätzen den Hermannshof in seiner Gesamtheit, sie sehen ihn als Sehenswürdigkeit an, die ihren Vorstellungen von einem öffentlichen Garten entspricht. Zu den Lieblingsplätzen der Besucherinnen und Besucher im Hermannshof gehören die Nordamerikanischen Beetstauden, der Präriegarten und die Glyzinien-Pergola, deren Attraktivität durch die idyllische und romantische Anlage und schöne Bepflanzung bestimmt wird.

Die meisten Besucherinnen und Besucher haben keine Verbesserungsvorschläge, sie befinden den Hermannshof für gut so wie er ist. Die übrigen könnten sich mehr Informationstafeln, eine Umgestaltung des Teiches und ein kleines Café als Bereicherung vorstellen. Ebenso wurde angeregt, Rosen anzupflanzen und die Anzahl an Sitzgelegenheiten zu erhöhen.

Insbesondere die aus Weinheim stammenden Besucherinnen und Besucher wären zu einem großen Teil bereit, selbst bei der Erhaltung und Verbesserung des Hermannshofs mitzuwirken. Diese Bereitschaft reicht von der spontanen Mitwirkung bei Einzelaktionen über richtiges Handanlegen bei der Pflege bis hin zu verschiedenen Formen finanzieller Unterstützung.

Für viele ist der Hermannshof auch deshalb interessant, weil für seinen Besuch kein Eintritt zu entrichten ist. Ein Drittel der Befragten würde den Schaugarten ganz sicher, ein weiteres Drittel eventuell seltener besuchen, wenn ein Eintrittsgeld zu zahlen wäre.

9 Literatur

- 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.
- Flade, A. (2004). Parks und Natur in der Stadt. Konzepte und Wirkungen. Darmstadt: Institut Wohnen und Umwelt.
- Hayward, J. (1989). Urban parks. In I. Altman & E. H. Zube (Eds.), Public places and spaces (S. 193-216). New York: Plenum Press
- Hühn, W. (1988). Naturerleben und Freizeitverhalten. Report Psychologie, 13. Jahrgang, Heft 10, 32-37.
- Imwolde, L. (2003). Freizeit, Freizeitmilieus und Freizeitsport in der Großstadt. Das Integrationspotenzial 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.
- Lein-Kottmeier, G. (1999). Stängelwirtschaft - ein Erlebnisgarten in der Stadt. Garten + Landschaft. Heft 8, 27- 30.
- Ostmann, A. & Vogt, J. (2004). Zur Ökonomie der Stadtparkkultur. Zeitschrift für Sozialmanagement, Bd. 2, Nr. 2, 97-121.
- 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.