

Untersuchungsergebnisse zum Bundesforschungsvorhaben „Nachhaltige Stadtparks“

Der Botanische Obstgarten Heilbronn aus
sozialwissenschaftlicher Sicht

Befragungsergebnisse 2005



ISBN 3-932074-90-4

IWU-Bestellnummer 08/06

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

Bearbeitung: Ulrike Hacke und Günter Lohmann

unter Mitarbeit von Martin Hofmann (Praktikant)

Bildquelle Titelseite: eigene Aufnahmen

Institut Wohnen und Umwelt GmbH

Annastraße 15

64285 Darmstadt

Tel. 06151/2904-0

Fax 06151/2904-97

www.iwu.de

Darmstadt, August 2006

Nachhaltiger Stadtpark

Der Botanische Obstgarten Heilbronn aus
sozialwissenschaftlicher Sicht

Befragungsergebnisse 2005

Inhalt

	Seite
1 Einleitung	1
2 Der Nachhaltige Stadtpark	3
3 Das Forschungsprojekt	6
3.1 Forschungsverbund und Projektablauf	6
3.2 Forschungsansatz zur sozialen Dimension und Untersuchungsziel	8
3.3 Theoretische Basis	9
4 Untersuchungsplan und methodisches Vorgehen	12
4.1 Befragungsdesign und Erhebungsinstrumente	12
4.1.1 Telefonische Befragung der Heilbronner Wohnbevölkerung (Offsite-Gruppe)	13
4.1.2 Face to Face-Befragung der Besucherinnen und Besucher des Botanischen Obstgartens (Onsite-Gruppe)	13
4.2 Der Untersuchungsgegenstand: Der Botanische Obstgarten in Heilbronn	14
5 Ergebnisse	15
5.1 Stichprobenbeschreibung	15
5.1.1 Repräsentativität und Zusammensetzung der Stichprobe der Heilbronner Wohnbevölkerung (Offsite-Gruppe)	15
5.1.2 Zusammensetzung der Stichprobe der Besucherinnen und Besucher des Botanischen Obstgartens (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 Botanischen Obstgartens	26
5.2.3 Ergebnisse aus der face to face-Befragung	27
5.3 Bedürfnisse und Gründe für den Parkbesuch	29
5.3.1 Gründe für den Parkbesuch allgemein	29
5.3.2 Motive für den Besuch des Botanischen Obstgartens	31
5.3.3 Verbesserungsvorschläge der Obstgartenbesucherinnen und -besucher	33
5.3.4 Ergebnisse aus der face to face-Befragung	34
5.4 Motive für den Nichtbesuch von Parks im Allgemeinen und des Botanischen Obstgartens im Besonderen	38
5.5 Aktivitäten im Botanischen Obstgarten	41
5.5.1 Ergebnisse aus der face to face-Befragung	41
5.6 Einstellungen, Normen und Möglichkeiten (Verhaltenskontrolle)	43
5.6.1 Wichtigkeit und Stellenwert von Parks allgemein	43
5.6.2 Subjektive und soziale Normen in Bezug auf den Besuch von Parks allgemein	46
5.6.3 Einstellungen zum Botanischen Obstgarten und Verhaltenskontrolle allgemein	47
5.6.4 Wertschätzung des Botanischen Obstgartens durch seine Besucher	51
5.6.5 Ergebnisse aus der face to face-Befragung	51

	Seite
5.7 Bewertung des vorgestellten Nachhaltigen Stadtparks	55
5.7.1 Kaufgewohnheiten, vorhandene Erntemöglichkeiten für Kräuter usw. und Interesse an Gartenthemen	55
5.7.2 Bewertung des vorgestellten Nachhaltigen Stadtparks	58
5.7.3 Ergebnisse aus der face to face-Befragung	62
5.8 Mitwirkungsinteresse und Zahlungsbereitschaften	67
5.8.1 Mitwirkungsinteresse bei der Erhaltung der Qualität von Stadtparks	67
5.8.2 Zahlungsbereitschaft für Eintrittspreise	69
5.8.3 Ergebnisse aus der face to face-Befragung	70
5.9 Analyse der Zusammenhänge nach der Theorie des geplanten Verhaltens und mit erweiterten Regressionsmodellen	72
6 Diskussion und Fazit	74
6.1 Die wichtigsten Ergebnisse hinsichtlich der Gründe des Besuchs des Botanischen Obstgartens	74
6.2 Die Chancen des Nachhaltigen Stadtparks	75
7 Literaturverzeichnis	79

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).

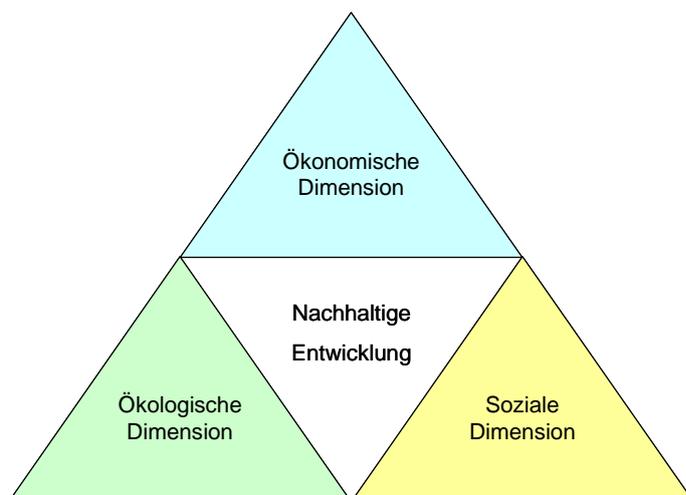
Parks, Gärten, Alleen und Grünflächen sind in menschlichen Siedlungen immer präsent gewesen (Hühn 1988), was den großen Nutzen innerstädtischer Vegetation für das psychische Wohlbefinden bezeugt. Neben Umfragen und empirischen Forschungsergebnissen bestätigen Beobachtungen im Alltag, dass die Natur ein 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.

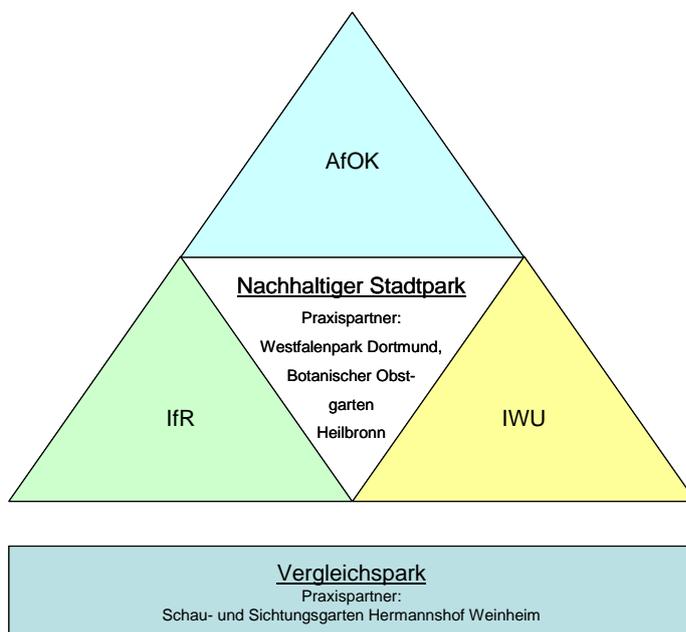
Ein zentraler Ansatzpunkt für das Konzept des Nachhaltigen Stadtparks ist die Nutzung der Wuchskraft der Pflanzen für wirtschaftliche Zwecke in einem öffentlichen Parkgelände (Ostmann & Vogt 2004). Dies unterscheidet den Nachhaltigen Stadtpark von traditionellen Parkanlagen. Die öffentliche Parkanlage 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 Botanischen Obstgarten Heilbronn und im Westfalenpark Dortmund 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 Botanischer Obstgarten Heilbronn und Westfalenpark Dortmund. 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 (Heilbronn und Dortmund) 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.

In der **Realisierungsphase** wird die gewählte Variante des nachhaltigen Stadtparks durch die beteiligte Kommune ausgestaltet und als Pilotprojekt verwirklicht. Das projektbegleitende Monitoring umfasst ökonomische Aspekte ebenso wie landschaftsarchitektonische und gartenbauliche Fragestellungen, die nach der Erprobung in den Modellparks in Form von Empfehlungen für nachfolgende Projekte 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 (Heilbronn und Dortmund) 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.

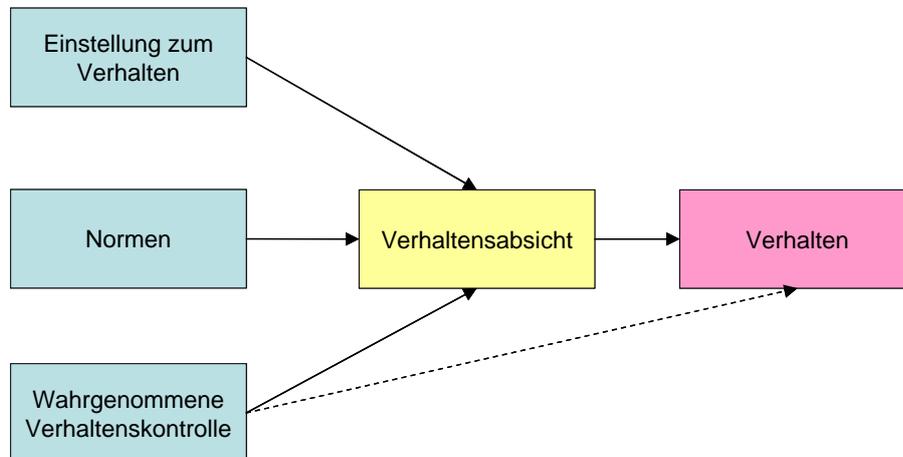
3.3 Theoretische Basis

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



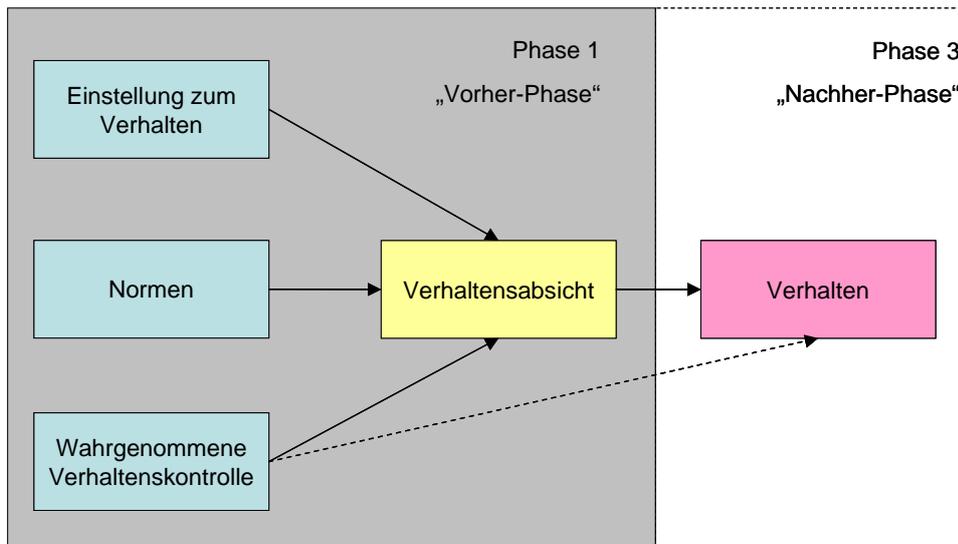
In der Einstellung spiegelt sich die Bewertung einer Person gegenüber einem bestimmten Verhalten wider. Sie umfasst Motive, Bedürfnisse und Überzeugungen: Ist mir der Parkbesuch persönlich wichtig? Erfüllt der Parkbesuch meine Bedürfnisse nach Ruhe und Erholung, Anregung usw.? Ist der Parkbesuch gut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

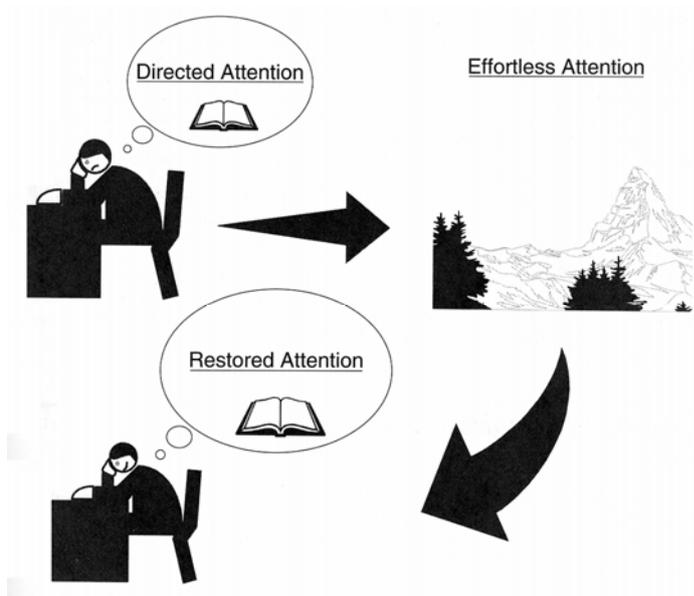
In der Vorherphase, d. h. vor der Implementierung des Nachhaltigen Stadtparkkonzepts, soll das Ajzen-Modell der Vorhersage dienen, inwieweit ein nachhaltig umgestalteter Park in den Augen seiner Besucher, aber auch seiner (Noch)Nicht-Besucher an Attraktivität gewinnt. In diesem Sinne wird in der Phase 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 Aufmerksamkeit unwillkürlich auf den faszinierenden Gegenstand gelenkt wird, durch das Erleben räumli-

cher 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 Botanischen Obstgarten/des Westfalenparks 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 Heilbronner Wohnbevölkerung (Offsite-Gruppe)

Die telefonische Befragung wurde im Juni 2005 vom Umfrageinstitut SMR (Solid Marketing Research in Frankfurt am Main) im Unterauftrag des IWU durchgeführt¹. Dabei wurden 301 mindestens 16 Jahre alte Heilbronner 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 Botanischen Obstgarten Heilbronn besuchen. Hier wurden Fragen zur Bewertung speziell des Obstgartens 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 gegenüber der Einführung eines Eintrittspreises.
- 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 Botanischen Obstgartens (Onsite-Gruppe)

Im Rahmen der face to face-Befragung wurden am Herbstmarktwochenende im Oktober 2005 insgesamt 73 Besucherinnen und -besucher des Botanischen Obstgartens 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 Botanischen Obstgartens, die in diesem Fall nicht relevant waren, wurden durchweg ähnliche The-

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

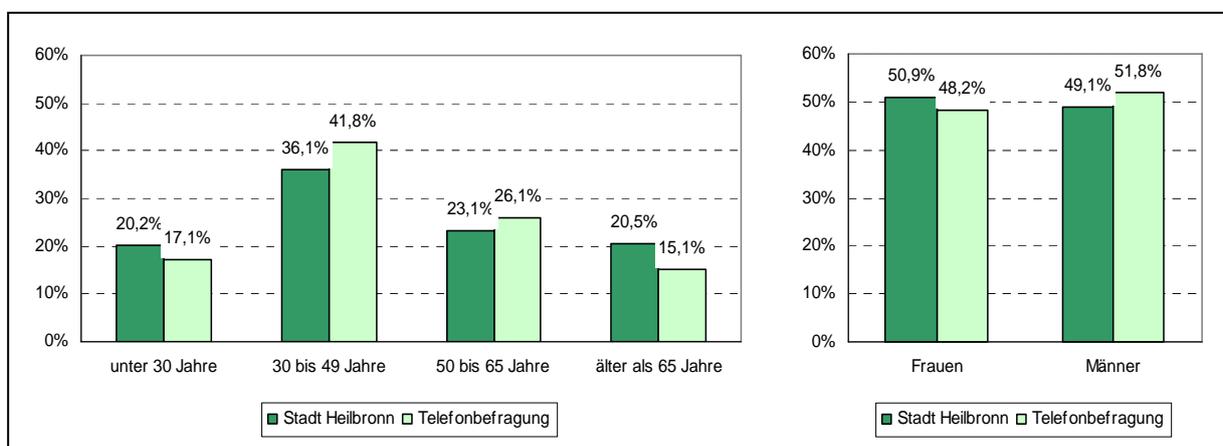
5 Ergebnisse

5.1 Stichprobenbeschreibung

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

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

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

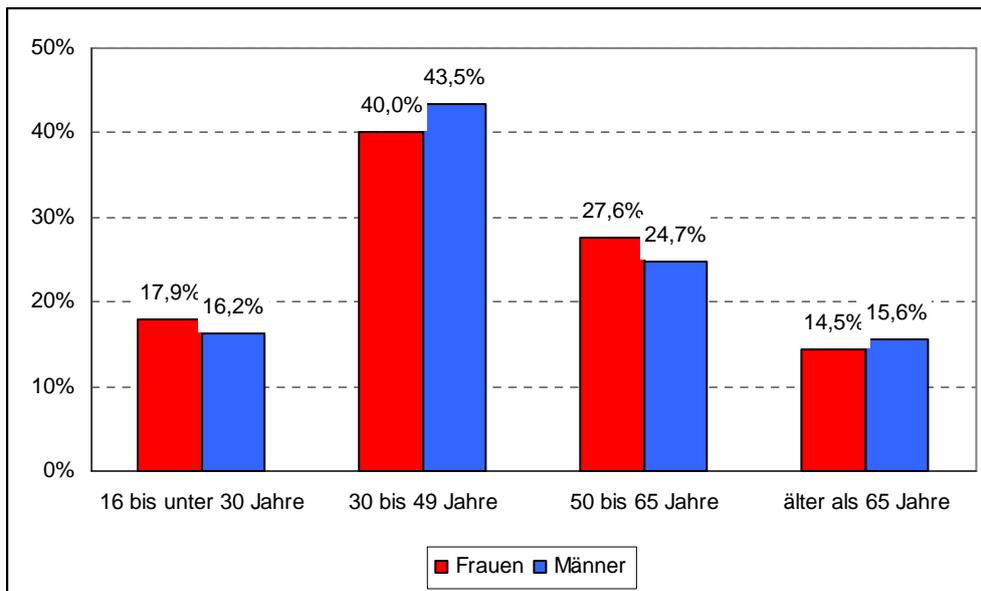


* Quelle: Stadt Heilbronn (Stand: 31.12.2003)

Während die Anteile von Männern und Frauen in der Telefonstichprobe mit den jeweiligen Anteilen an der Heilbronner Wohnbevölkerung nahezu identisch sind, treten bei dem Merkmal Alter geringe Abweichungen auf: Die 30- bis 49-Jährigen sind in der Stichprobe etwas über-, die ältesten Befragten (65 Jahre und älter) dagegen etwas unterrepräsentiert. Diese bei telefonischen Befragungen in Großstädten typischen „relevanten Ausfälle“ haben jedoch keinen Einfluss auf die repräsentative Aussagekraft der Befragung (vgl. Porst 1991).

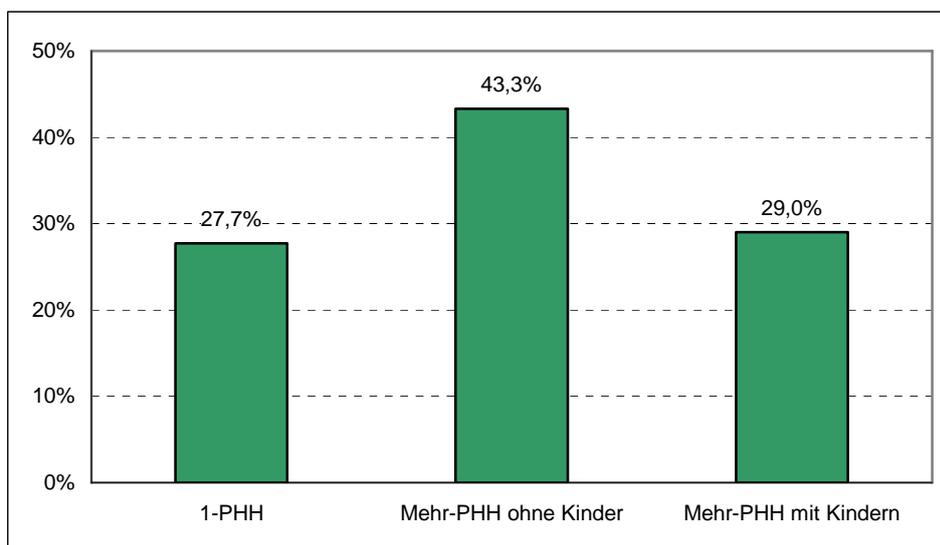
Die Altersgruppierung bildet die Grundlage für entsprechende Differenzierungen nach Alter in der weiteren Betrachtung. Wie die Abb. 5.2 zeigt, sind in den jeweiligen Altersgruppen beide Geschlechter mit ähnlich großen Anteilen vertreten.

Abb. 5.2: Bevölkerungsstichprobe nach Altersgruppen und Geschlecht



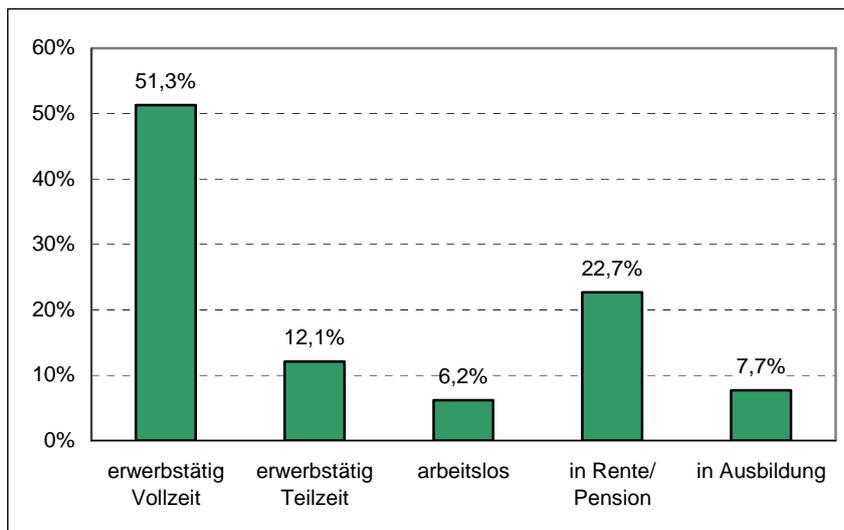
71 % der Befragten leben in Haushalten ohne Kinder unter 18 Jahren, darunter 28 % in Ein-(1-PHH) und 43 % in Mehrpersonenhaushalten (Mehr-PHH). 29 % leben mit ihren Kindern zusammen, darunter 5 % mit kleinen Kindern unter 6 Jahren und 20 % mit älteren Kindern zwischen 6 und 18 Jahren. Weitere 4 % der Befragten wohnen sowohl mit jüngeren als auch älteren Kindern in einem Haushalt.

Abb. 5.3: Bevölkerungsstichprobe nach Haushaltstyp (Familiensituation)



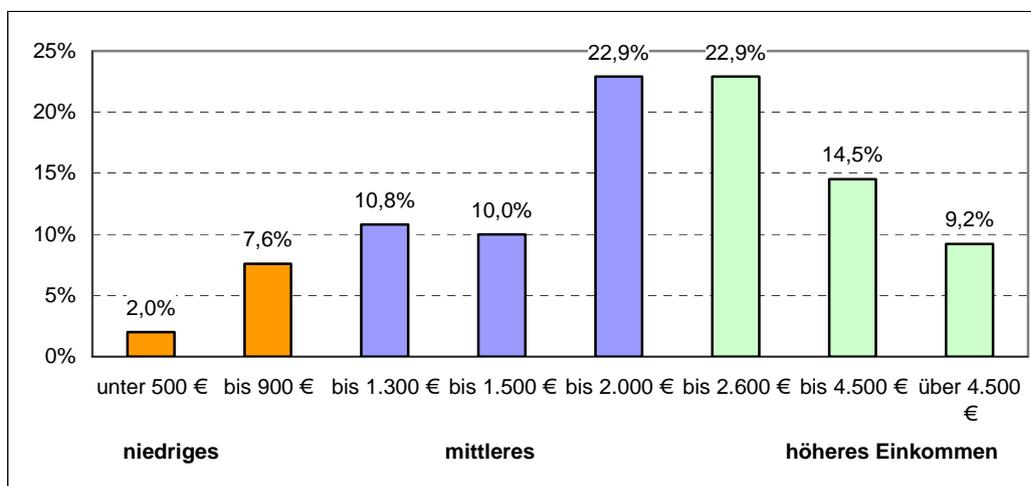
Gut 63 % gehen einer Erwerbstätigkeit nach, darunter 51 % Prozent in Vollzeit und 12 % in Teilzeit. 8 % Prozent der Befragten befinden sich in Ausbildung, 23 % in Rente oder Pension, die übrigen 6 % sind arbeitslos.

Abb. 5.4: Bevölkerungsstichprobe nach Erwerbssituation



Wie die Abb. 5.5 zeigt, verfügen knapp 10 % der Befragten über ein niedriges Nettoeinkommen bis 900 € monatlich. Bei 44 % bewegt sich das monatliche Nettohaushaltseinkommen auf einem mittleren Niveau bis 2.000 €. Die übrigen knapp 47 % haben ein höheres bis hohes monatliches Nettoeinkommen von über 2.000 €

Abb. 5.5: Bevölkerungsstichprobe nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen

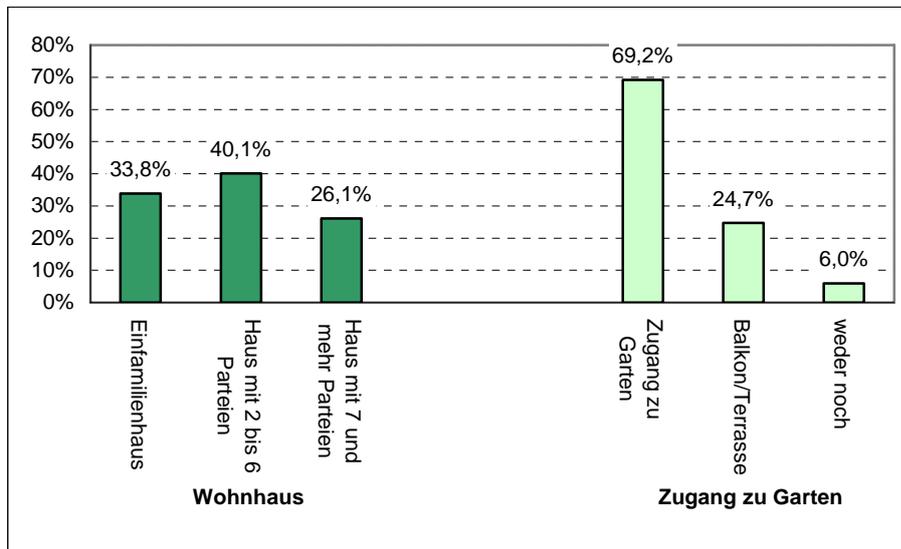


40 % der befragten Personen wohnen in Häusern mit zwei bis sechs Mietparteien, etwas mehr als ein Viertel in größeren Wohngebäuden mit sieben und mehr Haushalten. 34 % bewohnen ein Einfamilienhaus. Mehr als zwei Drittel der Befragten (69 %) haben Zugang zu einem privaten Garten. Knapp ein Viertel der Befragten lebt in Wohnungen mit Balkon und/oder Terrasse.² Die übrigen 6 % haben weder Zugang zu einem Garten noch verfügen sie über einen Balkon oder eine Terrasse. Dabei besitzen 97 % derjenigen, die in Einfamili-

² Der Zugang zu einem Garten wurde als primäres Merkmal zugrunde gelegt. D.h., in dieser Gruppe befinden sich auch Personen, zu deren Wohnungen zusätzlich zu einem Garten auch Balkone und Terrassen gehören.

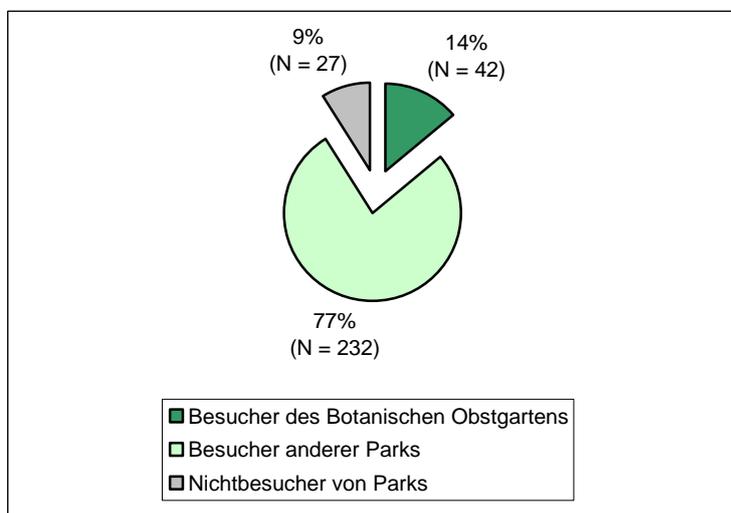
enhäusern leben, einen Garten. Von den Bewohnerinnen und Bewohnern der 2- bis 6-Parteien-Häuser haben 64 % Zugang zu einem Garten. Bei den Haushalten aus 7- und Mehr-Parteienhäusern beträgt dieser Anteil 42 %, hier ist mit 9 % auch der höchste Anteil an Personen zu finden, die weder Zugang zu einem Garten 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 Botanischen Obstgartens im Besonderen gefragt. Als Grenzkriterium für eine regelmäßige Parknutzung wurde dabei die Angabe gewertet, mindestens zweimal pro Jahr einen Park bzw. den Botanischen Obstgarten zu besuchen. So ergeben sich drei relevante Gruppen: regelmäßige Besucher des Botanischen Obstgartens, regelmäßige Besucher anderer Parks und unregelmäßige bzw. Nichtbesucher von Parks.

Abb. 5.7: Bevölkerungsstichprobe differenziert nach Parknutzungshäufigkeit



Wie Abb. 5.7 zeigt, bilden diejenigen Befragten, die neben anderen Parks auch den Botanischen Obstgarten regelmäßig besuchen, mit 14 % nur eine relativ kleine Gruppe. Den größten Anteil an der Stichprobe haben die Besucher anderer Parks (77 %), wobei mehr als die Hälfte dieser Befragten angab, den Botanischen Obstgarten überhaupt nicht zu kennen. 9 % der Befragten besuchen keine Parks.³

Die drei Gruppen sind sich hinsichtlich ihrer soziodemografischen Merkmale relativ ähnlich (siehe Tab. 5.1). Lediglich beim Merkmal „Zugang zu Garten“ lässt sich ein signifikanter Unterschied feststellen: Die Nichtbesucher von Parks können mit einem Anteil von 92 % deutlich häufiger einen privaten Garten nutzen als die beiden anderen Gruppen.

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

Merkmal	regelmäßige Besucher des Westfalenparks	regelmäßige Besucher anderer Parks	Nichtbesucher von Parks
Geschlecht			
männlich	50,0	53,0	45,8
weiblich	50,0	47,0	54,2
Altersgruppen			
unter 30 Jahre	4,9	19,0	16,7
30 bis 49 Jahre	36,6	42,4	41,7
50 bis 65 Jahre	34,1	24,2	33,3
über 65 Jahre	24,4	14,3	8,3
Haushaltstyp/Familiensituation			
1-PHH	39,0	26,7	20,8
Mehr-PHH ohne Kinder	34,1	42,7	62,5
Mehr-PHH mit Kind(ern)	26,8	30,6	16,7
Erwerbsstatus			
erwerbstätig Vollzeit	51,4	49,3	73,9
erwerbstätig Teilzeit	5,4	12,8	13,0
arbeitslos	8,1	6,2	-
in Rente/Pension	35,1	21,8	13,0
in Ausbildung	-	10,0	-
Einkommensstatus			
niedriges Haushaltsnettoeinkommen	14,3	9,8	-
mittleres Haushaltsnettoeinkommen	45,7	44,6	29,4
höheres bis hohes Haushaltsnettoeinkommen	40,0	45,6	70,5
Wohnform			
Einfamilienhaus	34,1	33,3	37,5
Haus mit 2 bis 6 Parteien	46,3	39,4	33,3
Haus mit 7 und mehr Parteien	19,5	27,3	29,2
Zugang zu Garten			
Zugang zu Garten	69,0	66,5	91,7
Balkon/Terrasse	28,6	26,1	8,3
weder noch	2,4	7,4	-

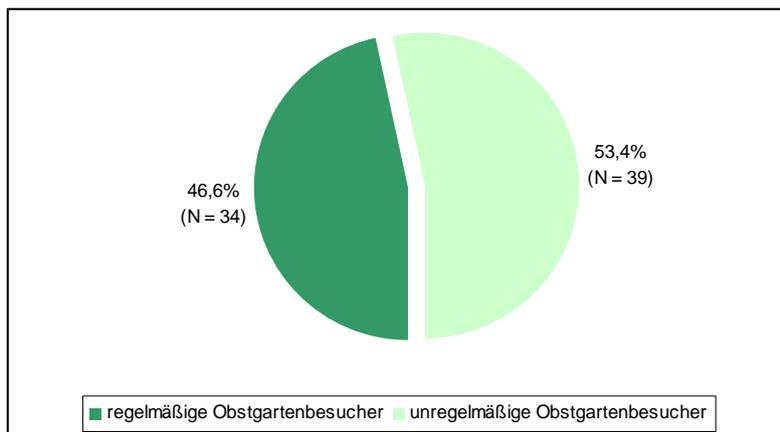
³ Zu den Nichtbesuchern von Parks wurden auch drei Befragte gezählt, die keine Angaben zur Häufigkeit ihres Parkbesuchs geben konnten.

5.1.2 Zusammensetzung der Stichprobe der Besucherinnen und Besucher des Botanischen Obstgartens (Onsite-Gruppe)

Während es sich bei der Bevölkerungsstichprobe um einen repräsentativen Querschnitt der Heilbronner Wohnbevölkerung handelt, der zwangsläufig auch Nichtbesucher des Botanischen Obstgartens einschließt, wurden in der face to face-Befragung ausschließlich Personen befragt, die zufällig während ihres aktuellen Aufenthaltes im Park angesprochen wurden. Interviewt wurden 40 Frauen und 33 Männer im Alter von 19 bis 82 Jahren.

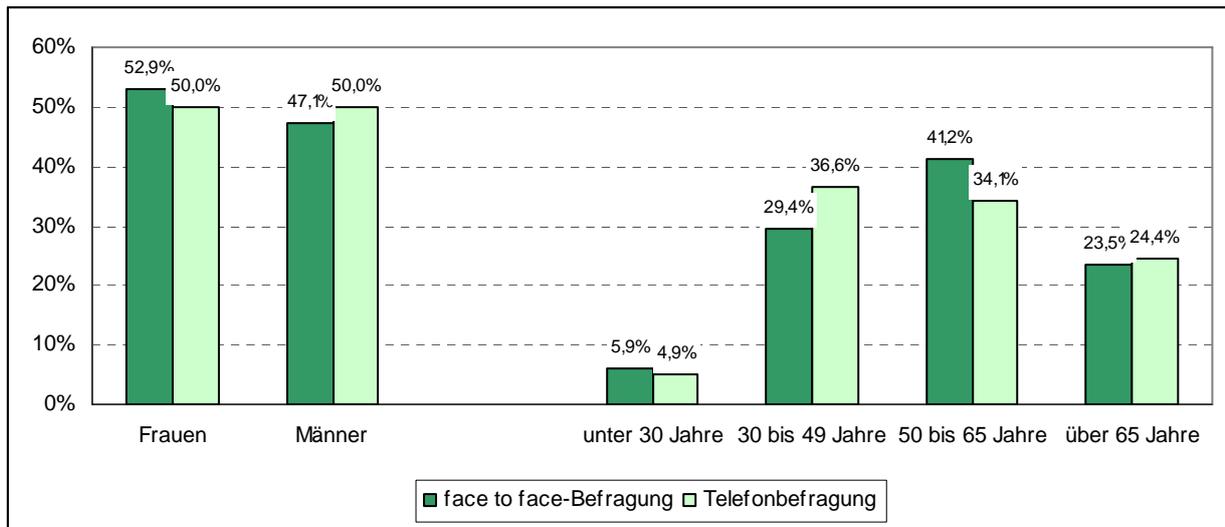
Um Abweichungen in der Stichprobenszusammensetzung der face to face-Befragung zur Telefonbefragung valide festzustellen, war es notwendig, die regelmäßigen von den unregelmäßigen Obstgartenbesuchern zu trennen. Daher wurde auch bei der Onsite-Gruppe die Angabe, mindestens zweimal pro Jahr den Botanischen Obstgarten zu besuchen, als Grenzkriterium gewertet. Danach ergeben sich zwei Gruppen: die regelmäßigen Obstgartenbesucher mit einem Anteil von 47 % und die unregelmäßigen Obstgartenbesucher mit einem Anteil von 53 % (siehe Abb. 5.8).

Abb. 5.8: Onsite-Gruppe nach Parknutzungshäufigkeit



Vergleicht man nun die regelmäßigen Obstgartenbesucher der Offsite-Gruppe (N = 42) mit denen der Onsite-Gruppe (N = 34) ergibt sich folgendes Bild: (vgl. Abb. 5.9): Frauen und Personen im Alter zwischen 50 und 65 Jahren sind in der face to face-Befragung etwas überrepräsentiert, wobei die Männer und die 30- bis 49-Jährigen etwas unterrepräsentiert sind.

Abb. 5.9: Stichprobenvergleich der Merkmale Geschlecht und Alter



Aufgrund der kleinen Stichprobe mit z.T. sehr geringen Zellenbesetzungen wurde bei den weiteren Auswertungen nur nach zwei Altersgruppen differenziert: unter 50-Jährige und ab 50-Jährige. Auch beim Merkmal Zugang zu Garten wurde eine andere Gruppenbildung vollzogen, da in der face to face-Befragung auch hausgemeinschaftlich nutzbare Grünflächen Berücksichtigung fanden (siehe Tab. 5.2).

Die Onsite-Stichprobe setzt sich demnach zu einem größeren Teil aus ab 50-Jährigen und zu einem kleineren Teil aus jüngeren Befragten zusammen. Es überwiegen die Mehrpersonenhaushalte ohne Kinder, gefolgt von denen mit Kindern und Einpersonenhaushalten. 60 % der Befragten bewohnen Einfamilienhäuser, 80 % können einen privaten Garten nutzen. Etwa die Hälfte der Befragten geht einer Erwerbstätigkeit nach, 28 % befinden sich in Rente bzw. Pension. Die meisten Haushalte verfügen über ein mittleres bis hohes Einkommen.

61 % der im Botanischen Obstgarten Angetroffenen wohnen direkt in Heilbronn, die Übrigen stammen aus dem näheren und weiteren Umland. Erwartungsgemäß finden sich unter den regelmäßigen Obstgartenbesuchern mehr Heilbronnerinnen und Heilbronner. Die unregelmäßigen Obstgartenbesucher wohnen dagegen häufiger etwas weiter entfernt.

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

Merkmal		regelmäßige Besucher	unregelmäßige Besucher	gesamt
Geschlecht	Männer	47,1	43,6	45,2
	Frauen	52,9	56,4	54,8
Altersgruppen	unter 50 Jahre	35,3	46,2	41,1
	ab 50 Jahre	64,7	53,8	58,9
Staatsbürgerschaft	deutsch	94,1	100,0	97,3
	andere	5,9	-	2,7
Haushaltstyp/ Familiensituation	1-PHH	20,6	17,9	19,2
	Mehr-PHH ohne Kinder	58,8	53,8	56,2
	Mehr-PHH mit Kind(ern)	20,6	28,2	24,7
Erwerbsstatus	erwerbstätig in Vollzeit	44,1	29,7	36,6
	erwerbstätig in Teilzeit	11,8	13,5	12,7
	in Ausbildung	2,9	13,5	8,5
	in Rente/Pension	23,5	32,4	28,2
	Hausfrau/-mann	8,8	8,1	8,5
	arbeitslos	8,8	2,7	5,6
Monatliches Haushaltsnetto- einkommen	niedriges Einkommen	7,4	14,3	10,9
	mittleres	44,4	39,3	41,8
	höheres bis hohes	48,1	46,4	47,3
Wohnform	Einfamilienhaus	52,9	66,7	60,3
	Haus mit 2 bis 6 Parteien	38,2	20,5	28,8
	Haus mit 7 und mehr Parteien	8,8	12,8	11,0
Zugang zu	privatem Garten	79,4	79,5	79,5
	gemeinschaftlich nutzbarer Grünfläche	8,8	10,3	9,6
	nichts dergleichen	11,8	10,3	11,0
Wohnort	Heilbronn	79,4	44,7	61,1
	bis 15 km entfernt	8,8	31,6	20,8
	16 bis 50 km entfernt	11,8	15,8	13,9
	51 bis 100 km entfernt	-	2,6	1,4
	mehr als 100 km entfernt	-	5,3	2,8

In den folgenden Auswertungen stehen die Ergebnisse der repräsentativen Bevölkerungsbe-fragung im Zentrum. Die Erkenntnisse aus den face to face-Interviews mit den aktuellen Obstgartenbesucherinnen und -besuchern haben in diesem Zusammenhang ergänzenden Charakter und sind den einzelnen Kapiteln jeweils in gesondert aufgeführten Unterabschnit-ten zugeordnet.

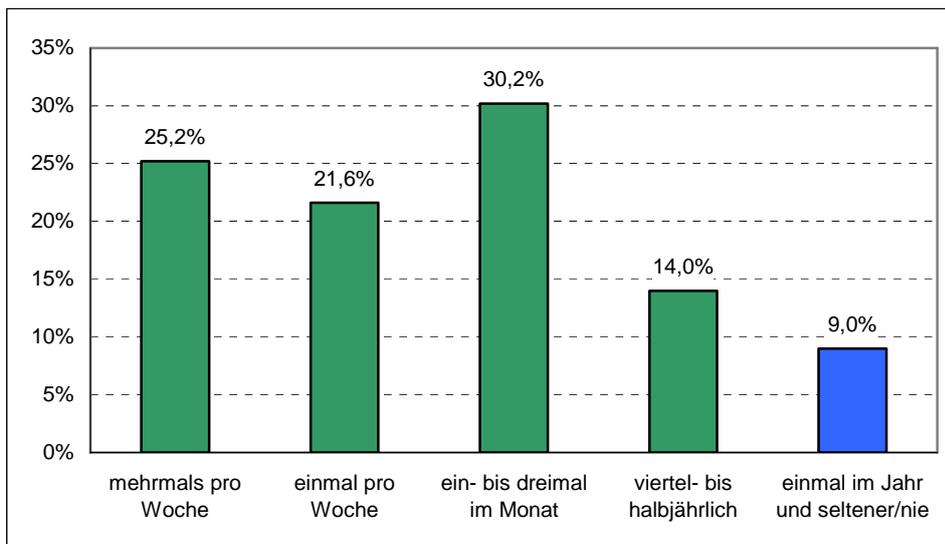
Aufgrund der vergleichsweise kleinen Stichproben der regelmäßigen Besucherinnen und Besucher des Botanischen Obstgartens wird bei der Darstellung der Ergebnisse nicht durch-gehend nach Alter, Geschlecht usw. differenziert.

5.2 Häufigkeit, Zeiten und Anlässe des Parkbesuchs

5.2.1 Häufigkeit, Zeiten und Anlässe für den Parkbesuch allgemein

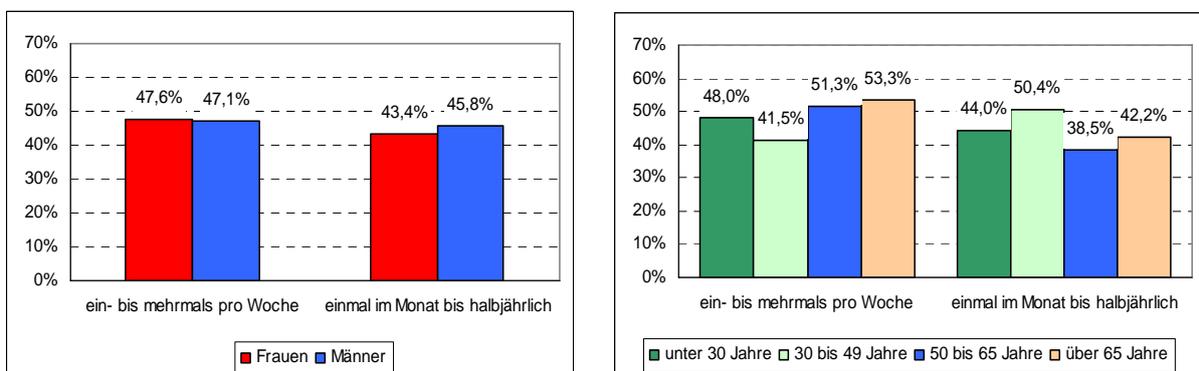
Wie bereits bei der Bildung der Parknutzertypen beschrieben, gaben 91 % der Heilbronner Bürgerinnen und Bürger an, mindestens zweimal im Jahr Parks zu besuchen – davon gut die Hälfte der Befragten sehr häufig, nämlich einmal bis mehrmals pro Woche. Weitere 30 % gehen ein- bis dreimal monatlich in Parks, die übrigen 14 % viertel- bis halbjährlich.

Abb. 5.10: Häufigkeit von Parkbesuchen allgemein



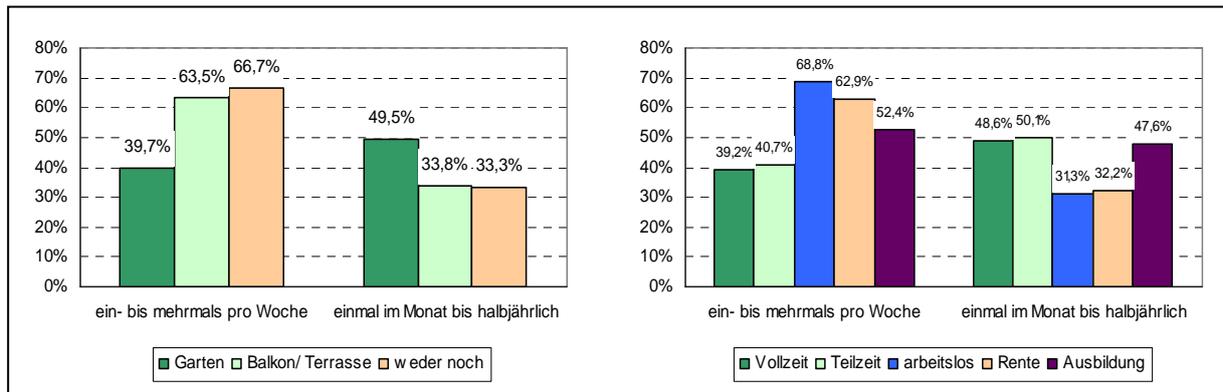
Zwischen Männern und Frauen und den Altersgruppen ließen sich in dieser Hinsicht keine Unterschiede feststellen.

Abb. 5.11: Häufigkeiten von Parkbesuchen nach Geschlecht und Altersgruppen



Personen, die keinen privaten Garten nutzen können, suchen häufiger Parks auf. Ebenso Arbeitslose und Rentner, die in der Regel mehr freie Zeit zur Verfügung haben als insbesondere Vollzeitbeschäftigte. Ob die Befragten alleine wohnen oder Kinder haben, hat dagegen keinen Einfluss auf die Häufigkeit von Parkbesuchen.

Abb. 5.12: Häufigkeit von Parkbesuchen allgemein nach Zugang zu Garten und Erwerbs-situation

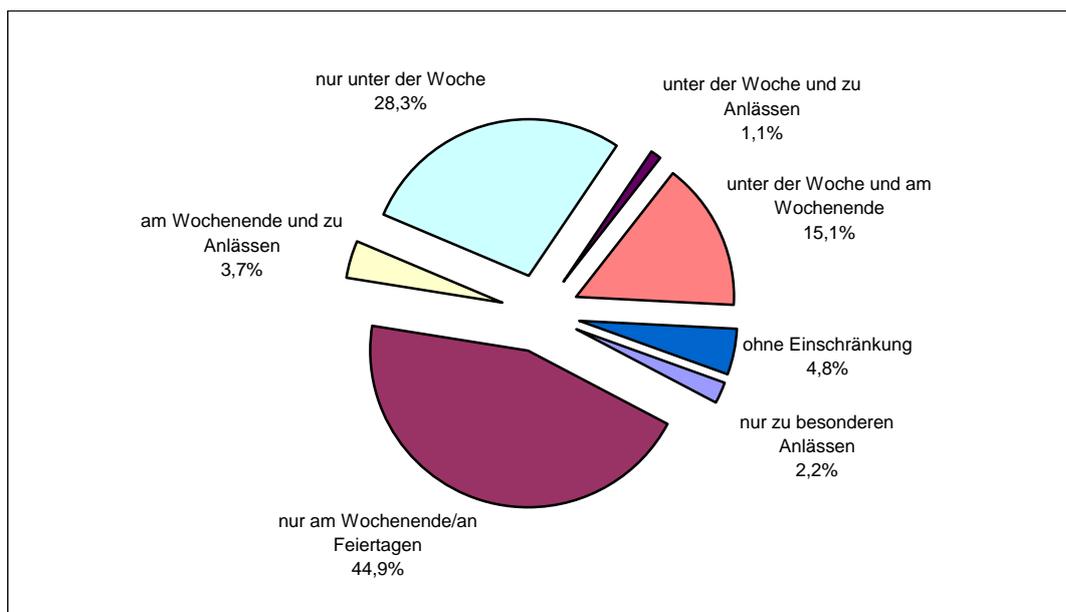


Befragte, die regelmäßig den Botanischen Obstgarten besuchen, nutzen Parks auch allgemein häufiger.

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. 5.13 zeigt, werden Parks häufig nur am Wochenende und an Feiertagen (45 %) oder nur unter der Woche (29 %) besucht. 15 % der Befragten nutzen sowohl die Woche als auch das Wochenende für ihre Parkbesuche. Nur knapp 5 % der Interviewten besuchen Parks ohne Einschränkung der Wochentage, also unter der Woche, am Wochenende und zu besonderen Anlässen.

Abb. 5.13: Zeiten der Parkbesuche

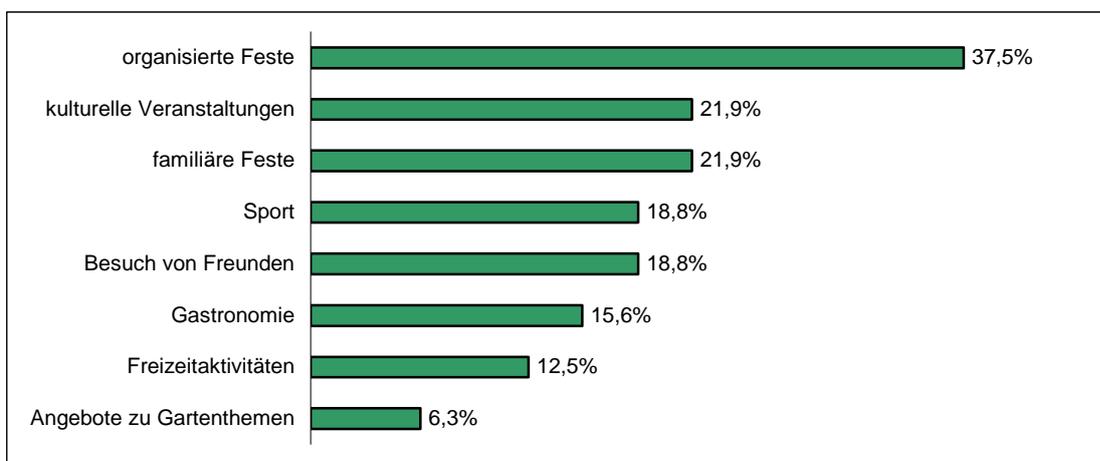


Während das Geschlecht wiederum keinen Einfluss auf die Nutzungsgewohnheiten von Parks hat, gaben die beiden jüngeren Altersgruppen überdurchschnittlich häufiger an, Parks

nur am Wochenende und an Feiertagen zu besuchen (65 bzw. 52 %). Dagegen sind die über 65-jährigen Rentnerinnen und Rentner öfter nur unter der Woche in Parks anzutreffen (etwa 60 %). Familien mit Kindern bevorzugen die Wochenenden (55 %), wohingegen Singles und Haushalte ohne Kinder zeitlich deutlich flexibler sind. Erwerbstätige sind ebenfalls häufiger an den Wochenenden/Feiertagen in Parks anzutreffen.

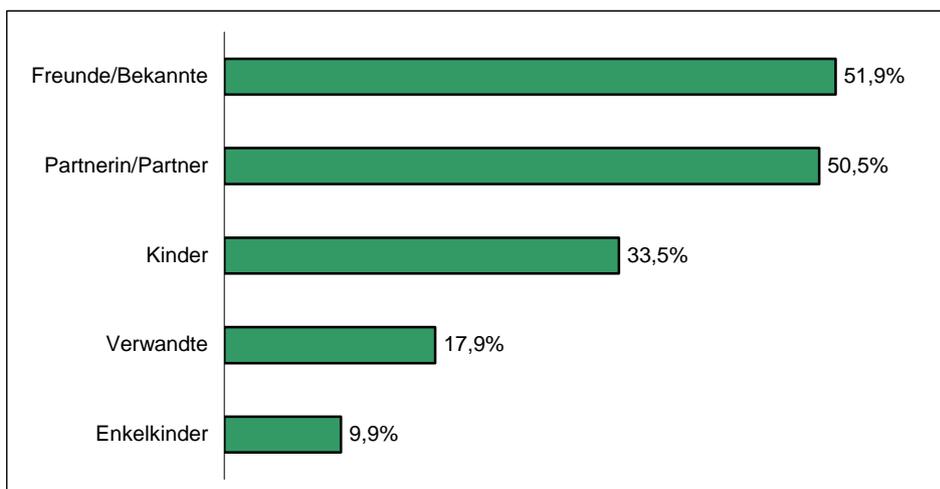
12 % der Befragten gaben an, Parks (auch) zu besonderen Anlässen zu besuchen. Wie die Abb. 5.14 zeigt, sind dies vor allem organisierte Feste, aber auch Familienfeiern, kulturelle Veranstaltungen, sportliche Aktivitäten und der Besuch von Freunden.

Abb. 5.14: besondere Anlässe für den Parkbesuch allgemein
(Mehrfachantworten, Nennungen über 5 % der Befragten)



Nur knapp 30 % der Heilbronner gehen alleine in Parks. Deutlich mehr als zwei Drittel besuchen Parks in Begleitung – mit Freunden und Bekannten, der Partnerin/dem Partner, Verwandten und den Kindern oder Enkelkindern.

Abb. 5.15: Begleitpersonen bei Parkbesuchen
(Mehrfachantworten, Nennungen über 5 % der Befragten)



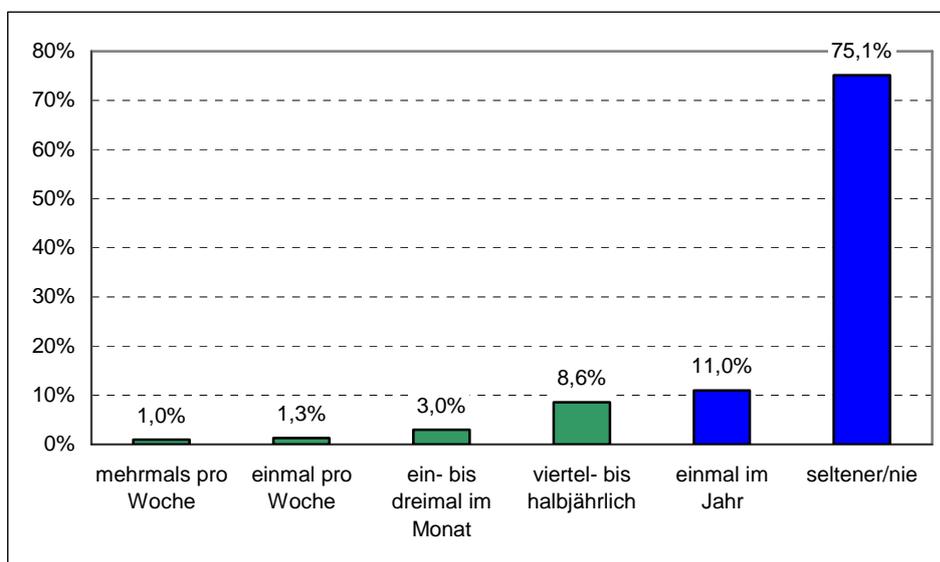
Aus diesen Ergebnissen lässt sich schließen, dass Parks von den Heilbronnerinnen und Heilbronnern häufig aufgesucht werden – und zwar unabhängig davon, welchen Geschlechts und Alters die Befragten sind und ob sie alleine leben oder Kinder haben. Besonders häufig suchen diejenigen Parks auf, die über keinen privaten Garten verfügen können oder aufgrund von Arbeitslosigkeit und Rente über mehr freie Zeit verfügen. Unterschiedlich sind die Zeiten der Besuche: Jüngere, Familien mit Kindern und Erwerbstätige nutzen vornehmlich die Wochenenden und Feiertage für ihre Parkbesuche. In den übrigen Gruppen ist die zeitliche Flexibilität größer.

Gleichzeitig zeigt sich, 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 genannt werden. Darüber hinaus dienen verschiedene Attraktionen wie organisierte Feste und kulturelle Veranstaltungen als Anreize für einen Parkbesuch.

5.2.2 Häufigkeit, Zeiten und Anlässe für den Besuch des Botanischen Obstgartens

Wie oben bereits genannt, kommen 14 % der Heilbronner Einwohnerinnen und Einwohner regelmäßig in den Botanischen Obstgarten – etwa 2 % sehr häufig (ein- bis mehrmals pro Woche), die übrigen knapp 12 % einmal monatlich bis halbjährlich. Weitere 11 % der Heilbronnerinnen und Heilbronner besuchen ihn immerhin einmal im Jahr⁴.

Abb. 5.16: Häufigkeit des Besuchs des Botanischen Obstgartens



Drei Viertel der befragten Bürgerinnen und Bürger kommen nie oder nur sehr selten in den Botanischen Obstgarten. Weitere Ergebnisse vorwegnehmend hängt dies vor allem damit

⁴ Nach der Definition gehören sie damit zu den unregelmäßigen Besucherinnen und Besuchern des Botanischen Obstgartens.

zusammen, dass 56 % dieser Befragten angegeben hatten, den Botanischen Obstgarten gar nicht zu kennen.

Gut die Hälfte der Befragten, die den Botanischen Obstgarten besuchen, tut dies unabhängig von der Jahreszeit, die übrigen bevorzugen die wärmere Jahreszeit.

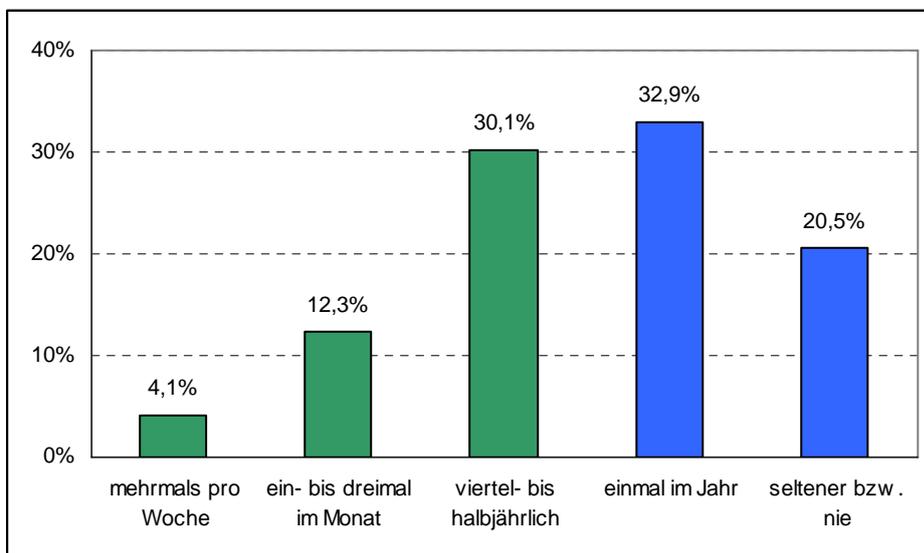
Auch für den Besuch des Botanischen Obstgartens sind Wochenenden und Feiertage die beliebtesten Zeiten (41 %), gleichwohl kommen weitere 30 % nur unter der Woche. 17 % der Befragten besuchen den Park nur zu besonderen Anlässen. Dabei handelt es sich um Veranstaltungen, die sich speziell mit dem Obstbau beschäftigen.

5.2.3 Ergebnisse aus der face to face-Befragung

Häufigkeit, Zeiten und Anlässe des Besuchs des Botanischen Obstgartens

Auch die persönlich im Obstgarten Befragten, wurden gebeten anzugeben, wie häufig sie ihn besuchen. Von denjenigen 47 % der Interviewten, die angegeben hatten, den Botanischen Obstgarten mindestens zweimal im Jahr zu besuchen, suchen ihn 4 % mehrmals pro Woche, 12 % ein- bis dreimal im Monat und 30 % viertel- bis halbjährlich auf. Damit ist der Anteil derjenigen, die oft in den Obstgarten kommen, im Vergleich zur Wohnbevölkerung deutlich höher (vgl. Abb. 5.16 oben).

Abb. 5.17: Häufigkeit des Obstgartenbesuchs



Wie in der Bevölkerungsstichprobe wurden die Vor-Ort-Interviewten auch danach gefragt, in welchen Jahreszeiten sie den Botanischen Obstgarten aufsuchen und warum⁵. 40 % kommen nur im Herbst in den Park. 23 % der Befragten meiden nur den Winter. 12 % bevorzugen

⁵ Abweichend zur geschlossenen Fragestellung in der Telefonbefragung wurde hier offen gefragt.

gen das Frühjahr und den Herbst, weitere 11 % kommen ganzjährig in den Park. Die übrigen Befragten gaben weitere Kombinationen, aber immer ohne Winter an.

Hauptsächlich kommen die Befragten der Märkte wegen in den Botanischen Obstgarten. Der zum Zeitpunkt der Befragung stattfindende Herbstmarkt war für viele Befragte der Anlass für einen Besuch. Diejenigen, die häufiger und ganzjährig den Obstgarten nutzen, erfreuen sich an der Bepflanzung und insbesondere auch an den saisonalen Veränderungen. Sie bevorzugen für ihre Besuche ebenfalls die Wochenenden und Feiertage.

Ebenfalls ähnlich zur Bevölkerungsbefragung ist das Ergebnis, dass 80 % der Befragten den Botanischen Obstgarten nicht allein, sondern in Begleitung vor allem ihrer Partner, Freunde, Verwandten, Kinder und Enkelkinder aufsuchen.

Aufenthaltsdauer im Botanischen Obstgarten

Abweichend zur Telefonbefragung wurde in den face to face-Interviews zusätzlich die Frage gestellt, wie lange sich die Befragten für gewöhnlich im Botanischen Obstgarten aufhalten. Dabei reichten die Angaben von einer halben Stunde bis zehn Stunden. Im Mittel verbringen die Befragten bei ihren Besuchen etwa 2 Stunden im Obstgarten. Befragte, die nur selten in den Obstgarten kommen, halten sich dort für gewöhnlich länger auf (im Mittel 2,5 Stunden).

Wie die Ergebnisse beider Befragungen zeigen, gehört der Botanische Obstgarten bislang nicht zu den Parkanlagen, die von den Heilbronnerinnen und Heilbronnern häufig aufgesucht werden. Dies liegt vor allem auch daran, dass der Obstgarten der Bevölkerung noch vergleichsweise unbekannt ist. Diejenigen, die ihn kennen und besuchen, kommen vorrangig der Märkte wegen. Die Umgestaltung des Botanischen Obstgartens in einen Nachhaltigen Stadtpark und deren öffentliche Verbreitung kann demnach dazu führen, dass der Obstgarten einen größeren Bekanntheitsgrad und damit höhere Besucherzahlen erreicht. Die bereits jetzt beliebten Märkte stellen dabei sicherlich nach wie vor einen Schwerpunkt des Besucherinteresses dar, werden aber um weitere Attraktionen ergänzt.

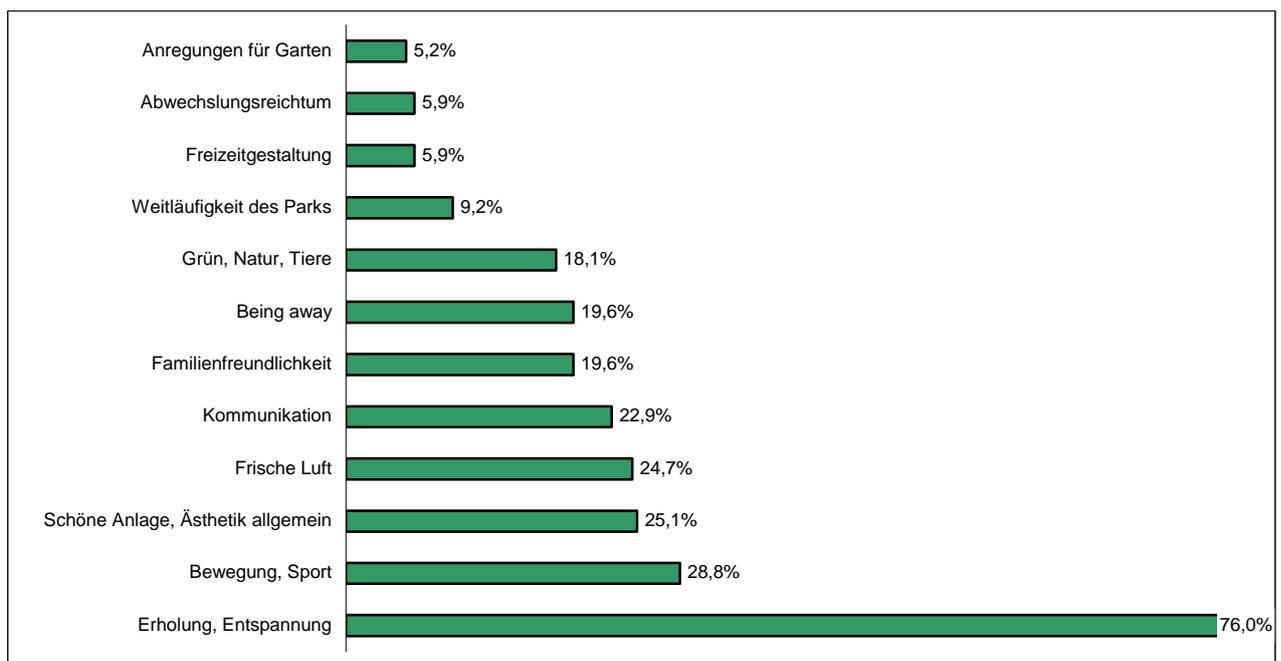
5.3 Bedürfnisse und Gründe für den Parkbesuch

5.3.1 Gründe für den Parkbesuch allgemein

In der Bevölkerungsstichprobe wurde allen regelmäßigen Parkbesucherinnen und -besuchern⁶ offen die Frage nach den drei wichtigsten Gründen für ihre Parkbesuche gestellt.

Die Bedürfnisse, die Parks erfüllen sind vielfältig. Wie die Abb. 5.18 zeigt, suchen drei Viertel der Befragten Parks auf, um Erholung, Entspannung und Ruhe zu finden. 29 % der Interviewten nutzen einen Park aktiv, um sich körperlich zu bewegen und Sport zu treiben. Jede/r Vierte erfreut sich an der schönen Gestaltung der Parkanlage und genießt die frische Luft. Etwas mit den Kindern unternehmen zu können und das Gefühl zu haben, mal weg vom Alltag (Being away) und in der Natur zu sein, stellen weitere häufig genannte Gründe für den Besuch von Parks dar.

Abb. 5.18: Gründe für den Parkbesuch allgemein
(Mehrfachantworten, Nennungen ab 5 % der Befragten)



Männer und Frauen unterschieden sich in ihren Motiven kaum. Frauen hoben lediglich die ästhetische Gestaltung und Familienfreundlichkeit stärker hervor, bei Männern ist das Bedürfnis nach sportlicher Betätigung ausgeprägter.

Die jüngste Altersgruppe nutzt Parks häufiger für gemeinsame Freizeitaktivitäten und ihres Abwechslungsreichtums wegen. Die 30- bis 49-Jährigen hoben die Familienfreundlichkeit von Parks hervor. Das Interesse an der ästhetischen Gestaltung und Bepflanzung von Parkanlagen ist bei den ältesten Befragten besonders ausgeprägt. Sie holen sich hier auch Anregungen für den eigenen Garten. Für ein Drittel dieser Gruppe ist der Park auch ein Ort der Kommunikation.

⁶ sowohl regelmäßige Besucher des Botanischen Obstgartens als auch Besucher anderer Parks (N=274).

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	71,1	83,0	82,9	52,4
Bewegung, Sport	28,9	25,9	31,4	31
schöne Anlagengestaltung	24,4	17,9	27,1	42,9
schöne Bepflanzung	-	3,6	4,3	11,9
Frische Luft	13,3	25,9	25,7	31,0
Kommunikation	15,6	17,0	30,0	33,3
Familienfreundlichkeit	22,2	28,6	11,4	7,1
Being away	15,6	21,4	20,0	19,0
Grün, Natur, Tiere	15,6	16,1	20,0	21,4
Weitläufigkeit	24,4	9,8	2,9	2,4
Freizeitgestaltung	17,8	6,3	1,4	-
Abwechslungsreichtum	15,6	6,3	1,4	2,4
Anregungen für Garten	2,2	4,5	4,3	11,9

Familien mit Kindern betonen erwartungsgemäß die Familienfreundlichkeit von Parks, sie schätzen die Weitläufigkeit von Parks und deren Möglichkeiten für gemeinsame Freizeitaktivitäten. Haushalte ohne Kinder legen dagegen mehr Wert auf Gestaltungsaspekte. Singles nutzen Parks darüber hinaus häufiger als Orte der Kommunikation.

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 Kind(ern)
Erholung, Entspannung	69,2	84,7	71,6
Bewegung, Sport	25,6	34,2	23,5
schöne Anlagengestaltung	32,1	28,8	13,6
Frische Luft	33,3	25,2	14,8
Kommunikation	35,9	19,8	14,8
Familienfreundlichkeit	3,8	12,6	44,4
Being away	28,2	15,3	17,3
Grün, Natur, Tiere	21,8	18,0	13,6
Weitläufigkeit	3,8	6,3	18,5
Freizeitgestaltung	2,6	5,4	9,9

Das Merkmal, ob die Befragten Zugang zu einem privaten Garten haben oder nicht, hat keinen Einfluss auf die Motive für den Besuch von Parks.

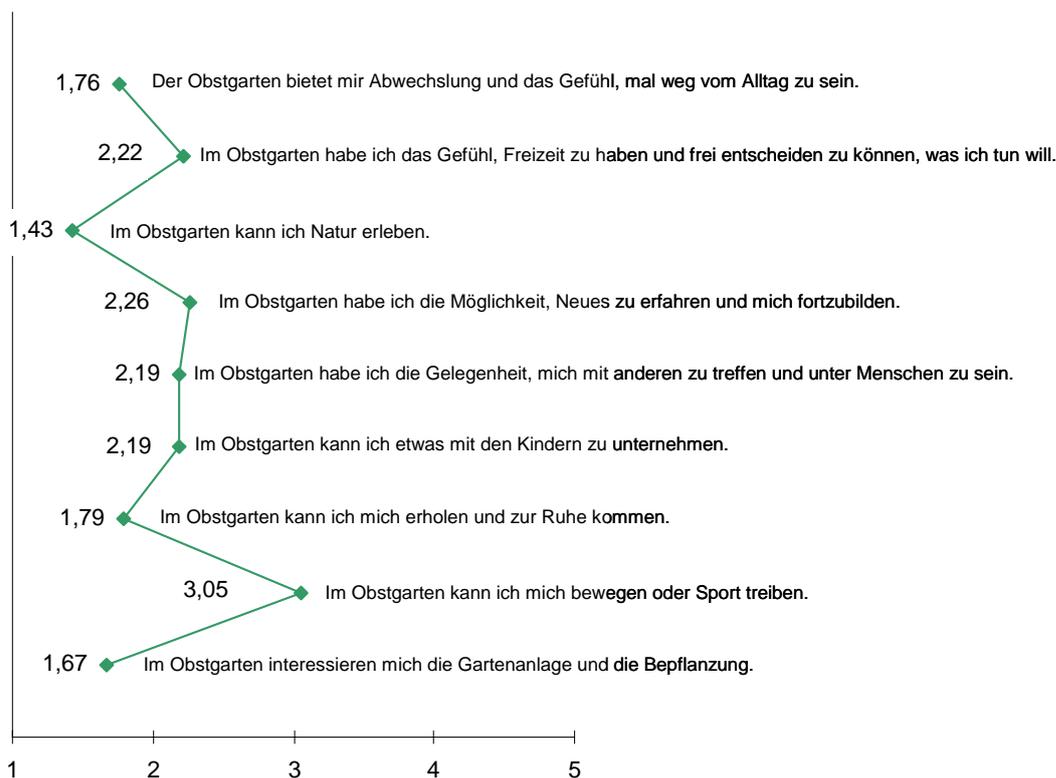
Aus diesen Ergebnissen ist ersichtlich, welche Bedürfnisfülle Parks befriedigen können. Die jeweiligen Präferenzen der Nutzerinnen und Nutzer sind verschieden – gerade auch dann, wenn Kinder zu betreuen sind. Parkbesuche werden aber generell in höchstem Maße als erholsam und entspannend angesehen, wobei 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 Botanischen Obstgartens

Bei den im vorherigen Abschnitt genannten Gründen für den Parkbesuch stimmten die telefonisch befragten Besucher des Botanischen Obstgartens und die Besucher anderer Parks in ihren Antworten 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 Botanische Obstgarten 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.

Abb. 5.19: Ansprüche und Bedürfnisse der Obstgartenbesucher, Mittelwerte



Insgesamt betrachtet antworteten die Befragten überwiegend positiv (siehe Abb. 5.19). Besonders hohe Zustimmungen erhielt die Aussage, dass man im Botanischen Obstgarten Natur erleben kann. Darüber hinaus stoßen bei den meisten Befragten die Gartenanlage und Bepflanzung auf Interesse. Der Obstgarten bietet Erholung und Ruhe und das Gefühl, mal weg vom Alltag zu sein.

Etwas kritischer – aber noch im positiven Bereich – wurden die Möglichkeiten des Botanischen Obstgartens für Unternehmungen mit Kindern und als Treffpunkt mit anderen Menschen beurteilt. Gleiches gilt für Erfüllung der Bedürfnisse nach Freizeit, über deren Gestal-

tung man selbst entscheiden kann, und nach Fortbildung und der Möglichkeit Neues zu erfahren.

Am wenigsten Zustimmung – mit eher negativer Tendenz – erhielt die Aussage, dass man im Obstgarten Sport treiben kann.

Wie die Korrelationsmatrix der zu kommentierenden Aussagen in Tab. 5.5 zeigt, hängen die einzelnen Motive für den Besuch des Botanischen Obstgartens mehr oder weniger eng zusammen, d.h. ein Besuch befriedigt zeitgleich verschiedene Bedürfnisse. Zeit zur freien Verfügung zu haben, steht in enger Beziehung zu Bewegung und Sport und dem Gefühl, mal weg vom Alltag zu sein. Das Erleben von Natur fördert die Erholung. Die Möglichkeiten, Neues zu erfahren, befriedigen das Interesse an Garten und Pflanzen und sind auch für Unternehmungen mit Kindern interessant.

Tab. 5.5: Korrelationsmatrix der Bedürfnisse der Obstgartenbesucher

	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	0,516**	1							
Natur erleben	0,345**	0,207	1						
Neues erfahren, Fortbildung	0,360*	-0,008	0,366*	1					
unter Menschen sein	0,273	0,299	0,150	0,069	1				
mit Kindern spielen	0,188	0,344*	0,428**	0,483**	0,272	1			
Erholung und Ruhe	0,403**	0,397*	0,601**	0,155	0,316*	0,376*	1		
Bewegung, Sport	0,329*	0,687**	0,234	0,085	0,299	0,419*	0,343*	1	
Interesse an Garten und Pflanzen	0,390*	-0,004	0,486**	0,520**	-0,057	0,113	0,185	-0,009	1

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

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

Eine in diesem Zusammenhang ebenfalls durchgeführte Faktorenanalyse⁷ erbrachte drei hauptsächliche Motive für den Besuch des Botanischen Obstgartens:

- das Interesse an Natur und Botanik (Interesse an Gartenanlage und Bepflanzung, Fortbildung, Naturerleben und Abwechslung)
- das Bedürfnis nach individueller Freizeitgestaltung (Freizeit Haben und tun, was man möchte; Bewegung und Erholung)

⁷ Ziel ist es dabei, die Zahl der Ausgangsvariablen zu reduzieren, indem sie gebündelt, d.h. auf wenige zentrale Faktoren zurückgeführt werden (vgl. Backhaus et al., S. 12); Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse; Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung; erklärte Gesamtvarianz: 68,6%

- die Befriedigung sozialer Bedürfnisse (Unternehmungen mit den Kindern, Treffen anderer Menschen)

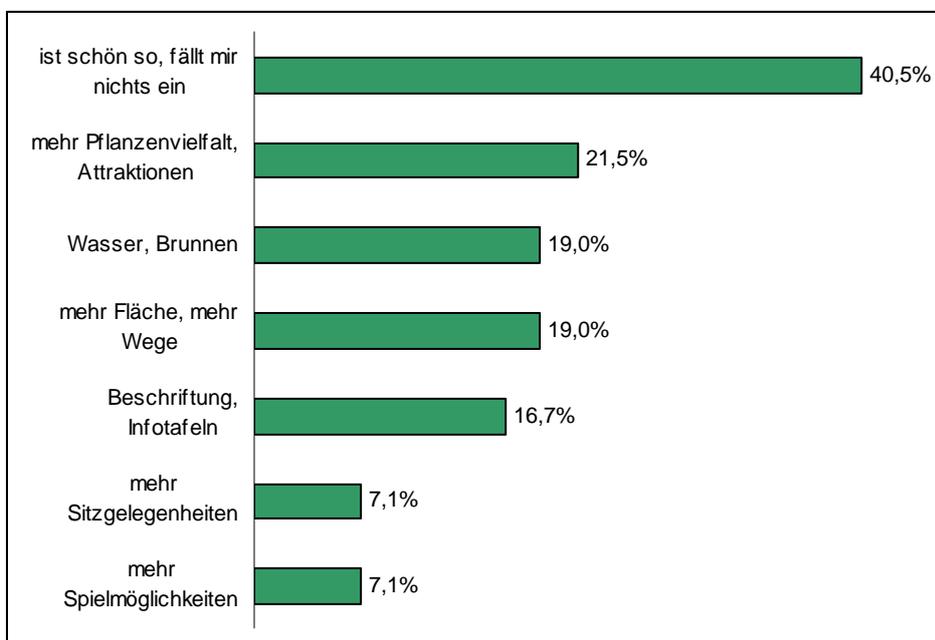
Danach gefragt, ob es im Botanischen Obstgarten etwas gibt, was den Besucherinnen und Besuchern besonders gut gefällt, wurden die historischen Gartenlauben und Pavillons sowie die Anordnung und Gestaltung der Bepflanzung hervorgehoben.

Das Interesse an Pflanzen stellt somit eines der wichtigsten Motive für den Besuch des Botanischen Obstgartens dar. Dies prädestiniert den Obstgarten für eine Umgestaltung im Sinne des Konzepts Nachhaltiger Stadtpark, welches u. a. zugleich auf mehr Vielfalt an Pflanzenattraktionen und eine stärkere Verbreitung fachlicher Informationen abzielt. Dass dies den Ansprüchen und Vorstellungen der bisherigen regelmäßigen Besucherinnen und Besuchern des Botanischen Obstgartens entgegenkäme, zeigt sich auch im nächsten Abschnitt.

5.3.3 Verbesserungsvorschläge der Obstgartenbesucherinnen und -besucher

Neben der Frage, was den Besucherinnen und Besuchern im Botanischen Obstgarten besonders gut gefällt, wurde auch danach gefragt, was den Obstgarten in den Augen seiner Nutzerinnen und Nutzer bereichern würde.

Abb. 5.20: Aspekte, die den Botanischen Obstgarten bereichern würden (Mehrfachantworten, Nennungen über 10 % der Befragten)



40 % der Befragten fällt dazu nichts ein oder sie befinden den Botanischen Obstgarten ausdrücklich für gut, so wie er ist. 22 % schlagen eine größere Vielfalt an Pflanzen als Verbesserungsmöglichkeit vor. Etwa jede/r Fünfte vermisst Wasser – z.B. als Teich, (Trink)Brunnen oder Wassertretbecken. Ähnlich viele könnten sich den Botanischen Obstgarten insgesamt

größer an Fläche vorstellen. Mehr Informationstafeln, Sitzgelegenheiten und Spielmöglichkeiten wurden in diesem Zusammenhang ebenfalls genannt.

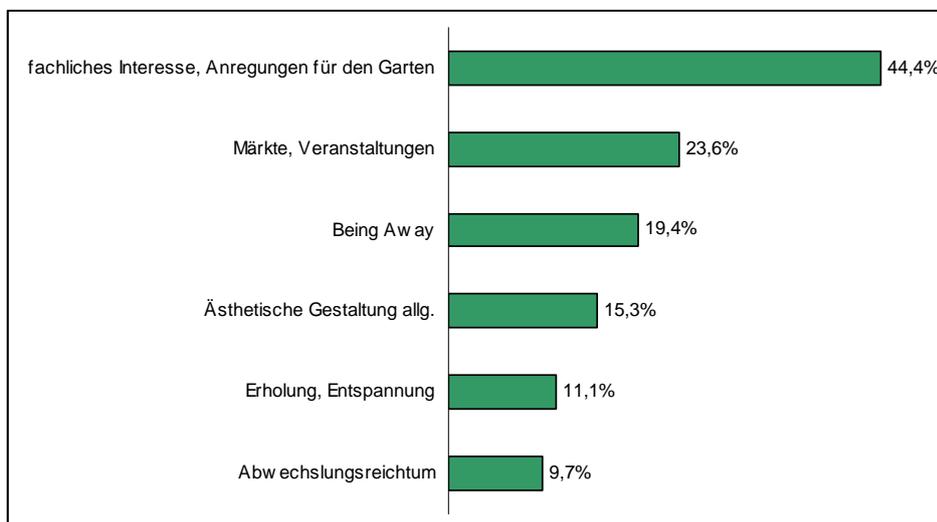
5.3.4 Ergebnisse aus der face to face-Befragung

Motive für den Besuch des Botanischen Obstgartens

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

Wie die Abb. 5.21 deutlich macht, sind die Motive für den Besuch des Botanischen Obstgartens spezifischer als für einen Parkbesuch allgemein. Die Onsite-Gruppe kommt vor allem aus fachlichem Interesse in den Obstgarten und erwartet Anregungen für den privaten Garten oder besucht die Märkte und andere Veranstaltungen mit Gartenbezug. Gleichwohl erfüllt der Botanische Obstgarten auch das Bedürfnis, draußen und mal weg vom Alltag zu sein (Being away), gefällt durch seine ästhetische Gestaltung und bietet sowohl Erholung als auch Abwechslung, was allgemein häufig genannten Motiven beim Besuch von Parks entspricht.

Abb. 5.21: Gründe für den Besuch des Botanischen Obstgartens
(Mehrfachantworten, Nennungen von mindestens 10 % der Befragten)



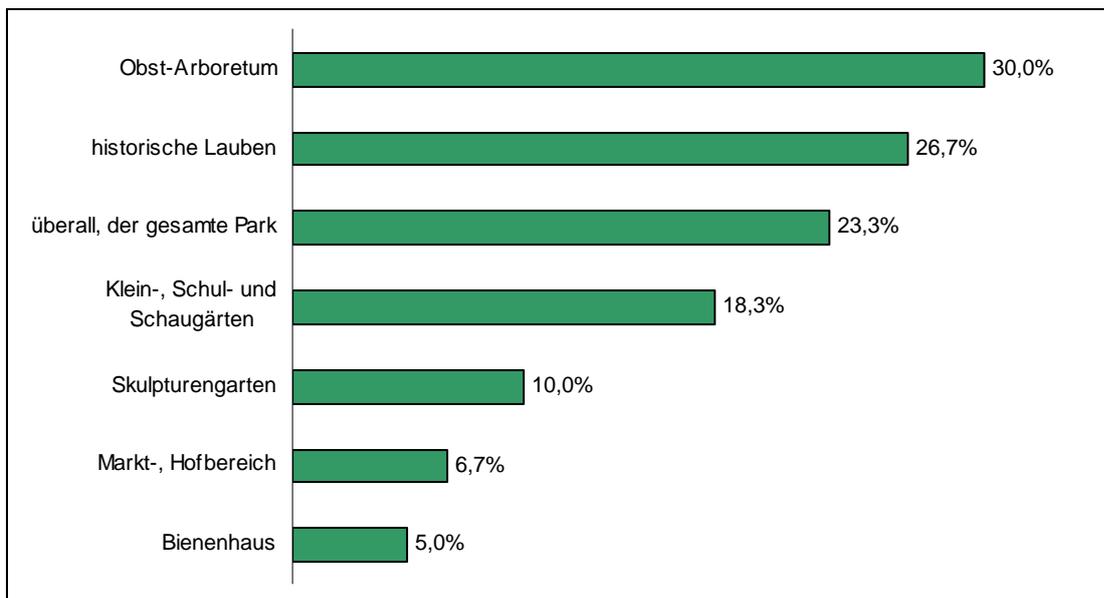
Besonders attraktive Plätze im Botanischen Obstgarten (Lieblingsorte)

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

82 % der Befragten kamen der Bitte nach und zeichneten ihre präferierten Orte in den Plan ein. Die Rangliste der Lieblingsorte findet sich in Abb. 5.22.

Danach mögen die Befragten das Obst-Arboretum – davon besonders die Stein- und Kernobstbereiche, aber auch den Obstgarten in seiner Gesamtheit. Wie bereits in der telefonischen Befragung gehören die historischen Gartenlauben ebenfalls zu den Hauptattraktionen. Weitere Lieblingsplätze sind die Klein-, Schul- und Schaugärten im Eingangsbereich, der Skulpturengarten, der Marktbereich im Hof und das Bienenhaus.

Abb. 5.22: Lieblingsorte der Obstgartenbesucherinnen und -besucher
(Mehrfachantworten, Nennungen von mindestens 5 % der Befragten)



Bezogen auf die am häufigsten genannten Lieblingsorte weist die Tab. 5.6 die jeweiligen Begründungen auf. Genuss und Ambiente – wie schön, idyllisch, romantisch – dominieren dabei die Äußerungen.

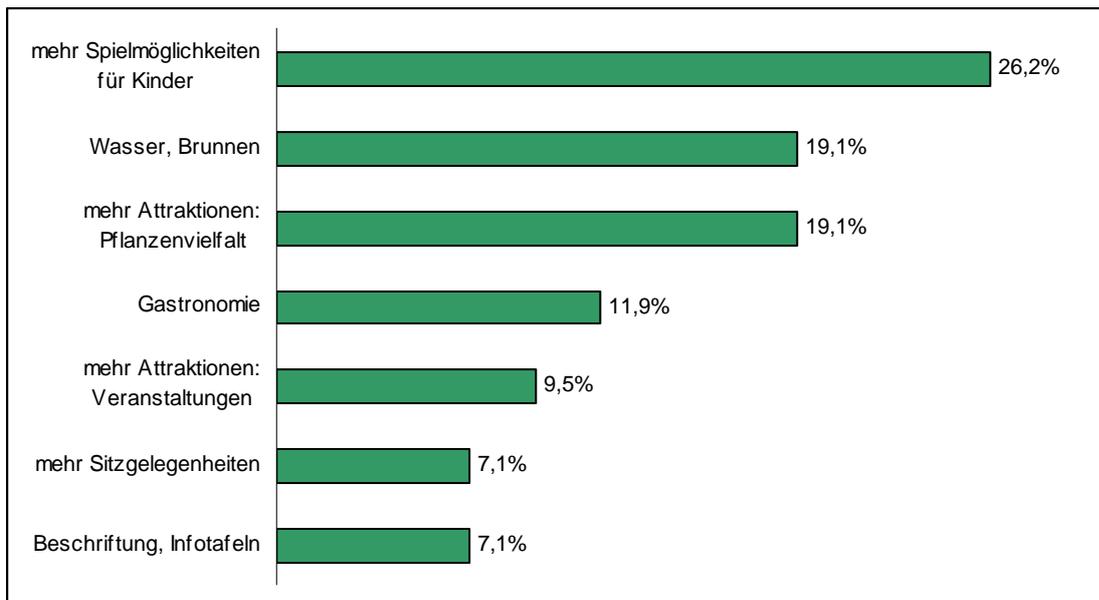
Tab. 5.6: Begründungen für die genannten Lieblingsorte
(Mehrfachantworten, Nennungen absolut)

Lieblingsort	Begründung
Obst-Arboretum	- Stille, Ruhe (3)
	- naturbelassen (2)
	- Ambiente, Atmosphäre (2)
	- schöner Platz, schön gelegen, schön angelegt (2)
	- schön zum Schauen, Ausblick (2)
	- ist schön, idyllisch, romantisch, genießen (1)
	- schöne Pflanzen, Blüten, schöne Bäume (1)
	- weitläufig angelegt (1)
	- interessant, informativ (1)
	- die Luft, Duft (1)
	- schattig (1)
	- Kunst, Kultur (1)
Überall; der gesamte Park	- ist schön, idyllisch, romantisch, genießen (1)
	- schöne Pflanzen, Blüten, schöne Bäume (1)
	- abwechslungsreich, unterhaltsam, vielfältig (1)
	- naturbelassen (1)
Historische Gartenlauben	- ist schön, idyllisch, romantisch, genießen (7)
	- attraktiv für Kinder (1)
	- Veranstaltungen (1)
	- naturbelassen (1)
	- Lesen (1)
	- Kunst, Kultur (1)
	- persönlicher Bezug (1)
	- Ambiente, Atmosphäre (1)
	- schön restauriert (1)
	- Stille, Ruhe (1)
Schaugärten	- Anregungen für den eigenen Garten holen (3)
	- interessant, informativ (3)
	- schöne Pflanzen, Blüten, schöne Bäume (2)
	- ist schön, idyllisch, romantisch, genießen (1)
	- die Luft, Duft (1)
	- naturbelassen (1)

Verbesserungsvorschläge

In den Vor-Ort-Interviews wurde auch danach gefragt, ob den Befragten im Botanischen Obstgarten noch etwas fehlt und was ihn ggf. bereichern könnte. 58 % der Befragten stellten Bereicherungsmöglichkeiten fest, wobei die Antworten denen der Heilbronner Wohnbevölkerung ähnlich waren: Mehr Spielmöglichkeiten für Kinder, Wasserbereiche und ein Mehr an (Pflanzen)Attraktionen waren die am häufigsten genannten Verbesserungsmöglichkeiten. Ein kleines Café oder Restaurant würden 12 % der Befragten als Bereicherung des Botanischen Obstgartens wahrnehmen. Mehr Attraktionen in Form von Veranstaltungen, mehr Sitzgelegenheiten zum Ausruhen und eine bessere Information (Beschilderung) wurden ebenfalls als Verbesserungen vorgeschlagen.

Abb. 5.23: Verbesserungsvorschläge der Obstgartenbesucherinnen und -besucher



Weniger attraktive Plätze im Botanischen Obstgarten

Analog zu den Lieblingsorten wurden die Parkbesucherinnen und -besucher ferner gebeten, auch Orte oder Bereiche des Botanischen Obstgartens zu benennen, die sie weniger gern oder gar nicht aufsuchen. Diese sollten wieder in einen Plan des Parks eingezeichnet und jeweils begründet werden. Lediglich 12 % der Befragten kamen dieser Bitte nach. Sie bemängeln den Pkw-Parkplatz direkt im Botanischen Obstgarten und sind der Meinung, dass der Park nicht für Autos zugänglich sein sollte. Außerdem wirke dadurch der Eingang Im Breitenloch unübersichtlich und zu wenig abgegrenzt.

Wie die Ergebnisse beider Befragungen zeigen, befriedigt der Besuch von Parks eine Vielzahl von Motiven, in deren Zentrum das Bedürfnis nach Erholung und Abwechslung vom Alltag stehen. 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. Der Botanische Obstgarten ruft in diesem Sinne vor allem Faszination hervor, weil er das Interesse an Gartenthemen und den Wunsch nach Anregungen für den eigenen Garten erfüllt. Von Interesse für die Besucherschaft des Botanischen Obstgartens 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.

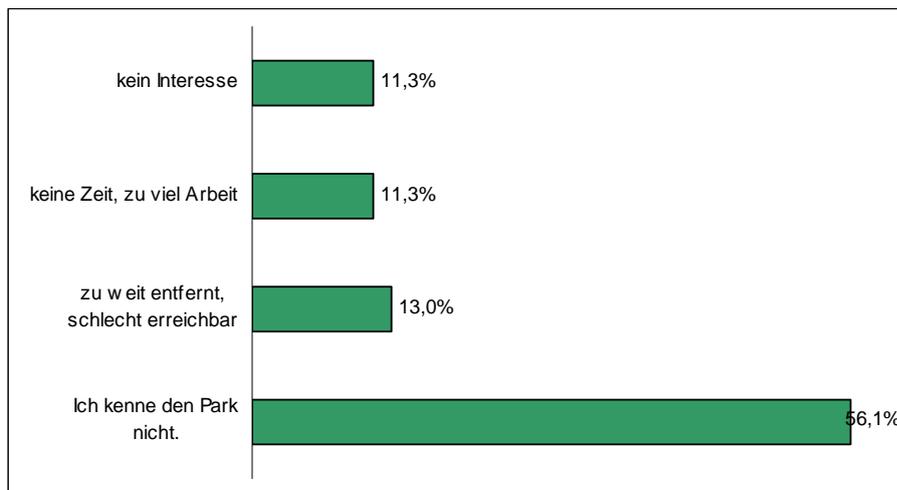
5.4 Motive für den Nichtbesuch von Parks im Allgemeinen und des Botanischen Obstgartens im Besonderen

27 der 301 telefonisch befragten Heilbronnerinnen und Heilbronner (9 %) ⁸ gaben an, Parks nie oder seltener als einmal im Jahr zu besuchen. Ein Drittel dieser Befragten begründete dies mit Zeitmangel und großer Arbeitsbelastung. Gut jede/r Vierte gab an, den eigenen Garten vorzuziehen. 19 % finden Parks nicht interessant. Ähnlich viele meiden Parks aufgrund sozialer Incivilities (Antreffen von Drogenabhängigen, Obdachlosen usw.).

Offen nach Orten gefragt, die sie anstelle von Parks bevorzugen, nannten die Befragten gastronomische Einrichtungen (42 %), Natur belassene Flächen wie Wälder o. ä. (38 %) und den eigenen Garten (33 %).

Weitere 232 der 301 Heilbronner Befragten (77 %) gaben an, zwar Parks zu besuchen, nicht aber den Botanischen Obstgarten. Dies begründet sich bei deutlich mehr als der Hälfte dieser Befragten damit, dass sie den Obstgarten überhaupt nicht kennen. Für weitere 13 % ist er zu weit entfernt oder schlecht erreichbar. Kein Interesse am Botanischen Obstgarten äußerten 11 %.

Abb. 5.24: Gründe für den Nichtbesuch des Botanischen Obstgartens (Mehrfachantworten, Nennungen von mindestens 10 % der Befragten)

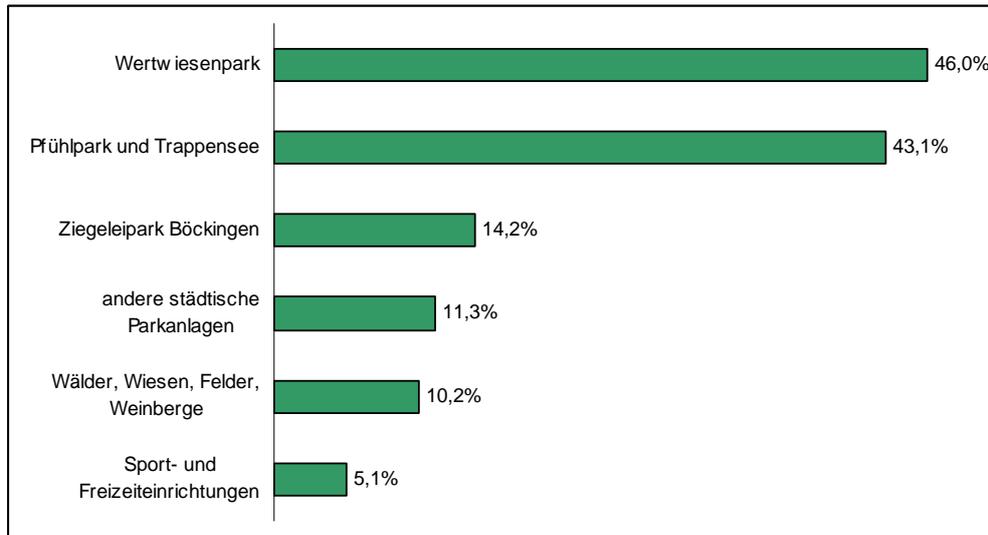


Neben den Gründen, die sie vom Besuch des Botanischen Obstgartens abhalten, sollten diese Heilbronnerinnen und Heilbronner ebenfalls angeben, ob sie andere Parks oder Orte bevorzugen, um ihre Freizeit zu verbringen. Diejenigen 78 %, die diese Frage bejahten, wurden ferner gebeten, diese Orte zu benennen und ihre Angaben zu begründen.

Wie die Abb. 5.25 zeigt, wurden in diesem Zusammenhang insbesondere andere Heilbronner Parks – der Wertwiesenpark, der Pfühlpark und der Ziegeleipark – genannt.

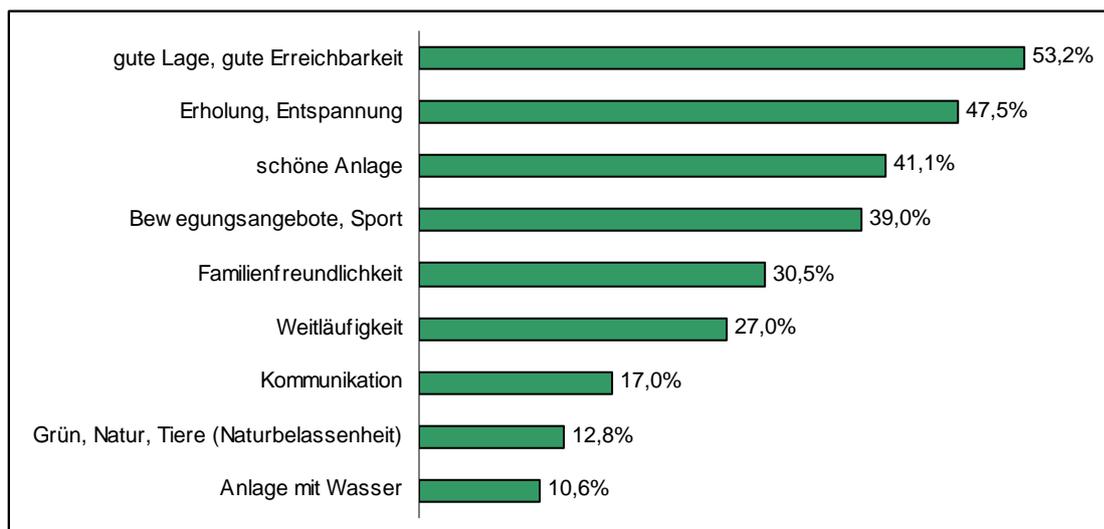
⁸ Darunter wurden auch drei Befragte gezählt, die keine Angaben zur Häufigkeit ihres Parkbesuchs geben konnten.

Abb. 5.25: Bevorzugte Parks und Orte der Nichtbesucher des Botanischen Obstgartens (Mehrfachantworten, Nennungen von mindestens 10 % der Befragten)



Betrachtet man die Gründe für die Bevorzugung anderer Orte insgesamt (Abb. 5.26), 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 Botanischen Obstgarten, dafür aber andere Parks und Orte in Heilbronn und Umgebung auf. Es ist daher davon auszugehen, dass die Motive für Parkbesuche grundsätzlich sehr ähnlich sind, diese aber in den Augen der Nichtbesucher des Botanischen Obstgartens in den stattdessen bevorzugten Anlagen subjektiv besser erfüllt werden.

Abb. 5.26: Gründe für die Bevorzugung anderer Orte (Mehrfachantworten, Nennungen von mindestens 10 % der Befragten)

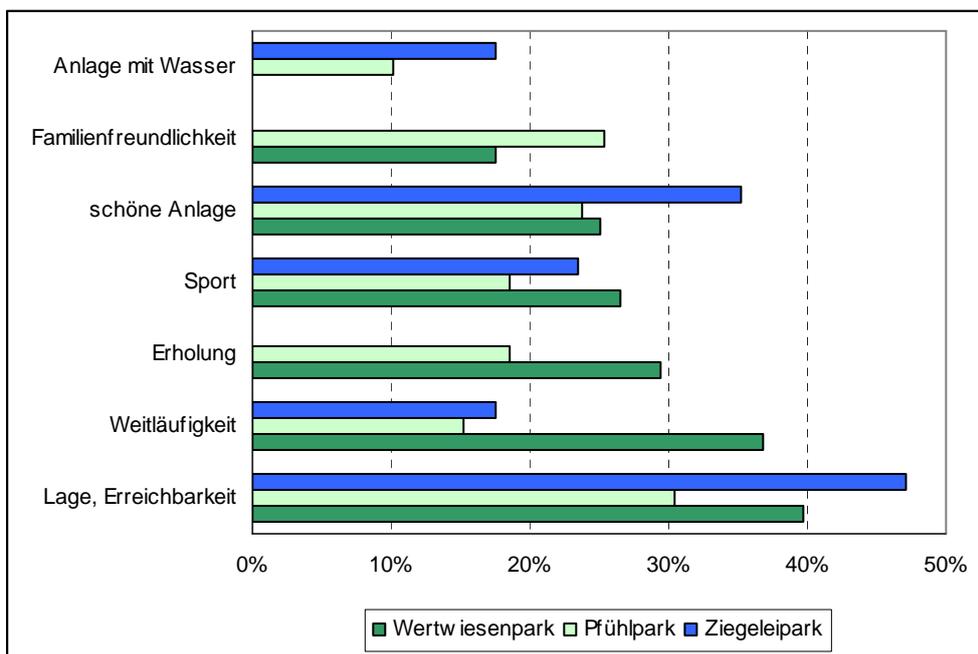


Hinzu dürfte kommen, dass der Botanische Obstgarten in dieser Gruppe bislang kaum bekannt ist. Außerdem ist aus den Interviews mit den Obstgartenbesuchern ersichtlich, dass der Botanische Obstgarten ganz spezifische Bedürfnisse wie das fachliche Interesse an Gar-

tenthemen anspricht, dafür aber bspw. weniger Gelegenheiten für sportliche Betätigung bietet und sich damit von „herkömmlichen“ Parks und deren Möglichkeiten unterscheidet.

Der herausragende Grund für die Bevorzugung anderer Orte ist aber deren Lage und Erreichbarkeit. 53 % der Befragten suchen vor allem Parks auf, die sich in ihrer Nähe befinden bzw. individuell besser erreichbar sind. Dies zeigt sich auch bei der gezielten Betrachtung der drei häufig aufgesuchten Heilbronner Parks (siehe Abb. 5.27), für deren Nutzung ebenfalls am häufigsten die gute Lage und Erreichbarkeit sprechen.

Abb. 5.27: Motive für den Besuch der Wertwiese, des Pfühlparks und des Ziegeleiparks (Mehrfachantworten, Nennungen von mindestens 10 % der Befragten)



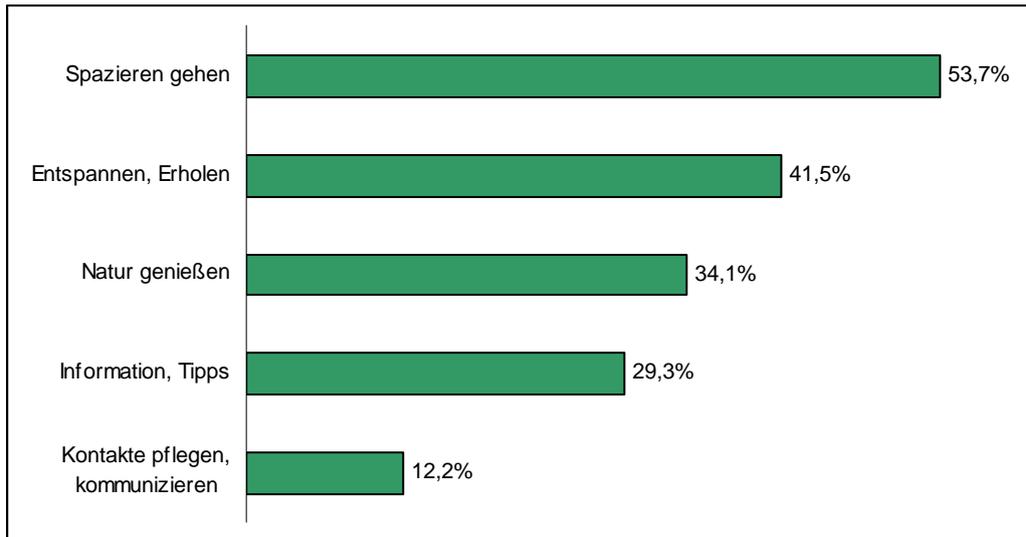
Für den zur Landesgartenschau 1985 angelegten Wertwiesenpark strichen die Befragten darüber hinaus seine Weitläufigkeit und die Erholungsmöglichkeiten heraus. Der Pfühlpark bietet verschiedenste Spielmöglichkeiten und ist daher besonders für Familien mit Kindern attraktiv. Darüber hinaus werden für ihn wie auch für den Ziegeleipark die vorhandenen Wasserflächen hervorgehoben. Alle drei Parks gefallen aufgrund ihrer schönen Anlage und den Möglichkeiten für Sport und Bewegung. Letztgenanntes spielt dagegen im Botanischen Obstgarten so gut wie keine Rolle.

Zusammenfassend lässt sich für die Motive der Nichtnutzung von Parks folgendes festhalten: Der Anteil der generellen Nichtbesucherinnen und Nichtbesucher von Parks, die kein Interesse an Grün haben oder deren Bedürfnisse nach Grün in Natur belassenen Flächen oder im eigenen Garten besser berücksichtigt werden, ist mit 9 % gering. Anders formuliert: Die meisten Heilbronnerinnen und Heilbronner nutzen die vorhandenen öffentlichen Parkanlagen. Das wichtigste Kriterium bei der Auswahl des dabei favorisierten Parks stellt dessen Lage und Erreichbarkeit dar. Die fehlende Bekanntheit des Botanischen Obstgartens ist eine Hauptursache dafür, dass er nur von 14 % der Heilbronnerinnen und Heilbronner aufgesucht wird.

5.5 Aktivitäten im Botanischen Obstgarten

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

Abb. 5.28: Aktivitäten im Botanischen Obstgarten
(Mehrfachantworten, Nennungen von mindestens 10 % der Befragten)

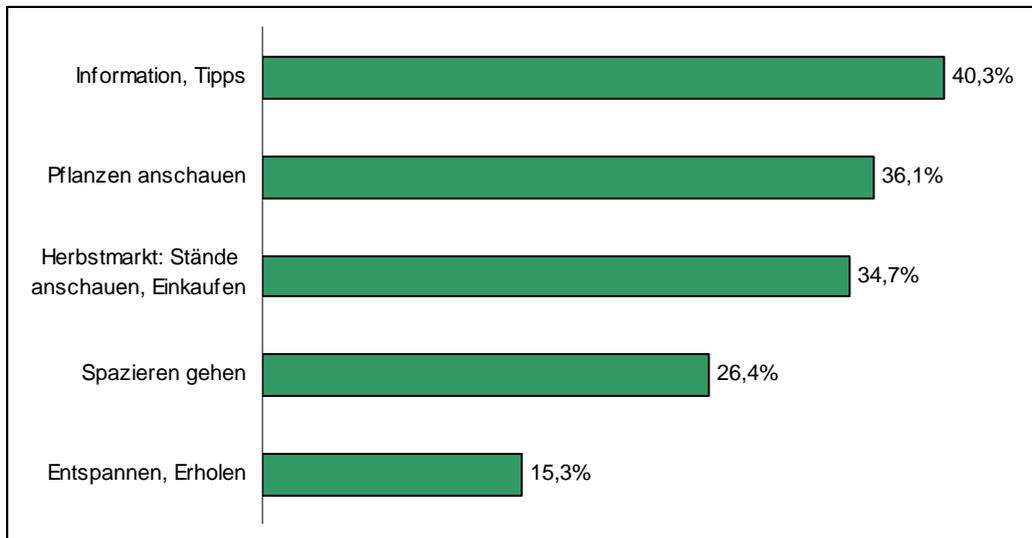


Mehr als die Hälfte der Befragten geht im Botanischen Obstgarten spazieren. 42 % nutzen ihn zur Entspannung und Erholung. Jede/r Dritte kommt um Natur zu genießen. Ähnlich viele wollen sich informieren und suchen Tipps und Anregungen für den eigenen Garten. Als einen kommunikativen Ort, an dem man soziale Kontakte pflegen kann, nehmen etwa 12 % der regelmäßigen Besucherinnen und Besucher den Botanischen Obstgarten wahr.

5.5.1 Ergebnisse aus der face to face-Befragung

Die Ergebnisse der face to face-Befragung sind denen der Bevölkerungsbefragung ähnlich, allerdings wirkt sich der Befragungszeitpunkt während des Herbstmarktes auf die Ergebnisse aus. Das Spaziergehen und das Erholen stellen zwar ebenfalls Hauptaktivitäten der Besucherinnen und Besucher dar, verhältnismäßig mehr Befragte als in der Telefonbefragung gaben aber an, sich im Botanischen Obstgarten zu informieren, die Obstbäume und Bepflanzungen zu betrachten und die Ausstellungsstände des Herbstmarktes anzuschauen und etwas einzukaufen.

Abb. 5.29: Aktivitäten der Onsite-Gruppe im Botanischen Obstgarten
(Mehrfachantworten, Nennungen von mindestens 10 % der Befragten)



Aus den Ergebnissen beider Befragungen ist ersichtlich, dass sowohl die Heilbronner Bürgerinnen und Bürger, die den Park kennen, als auch die Besucherinnen und Besucher den Botanischen Obstgarten als einen multifunktionalen Ort erleben, der Möglichkeiten einer zugleich erholsamen und anregenden Freizeitgestaltung bietet. Besonderen Wert legen die Befragten auf die Möglichkeiten sich zu informieren und Tipps zu erhalten. Dies entspricht den zugrunde liegenden Besuchsmotiven – Interesse an Gartenanlagen und Weiterbildung, Erhalt von Anregungen für den eigenen Garten. Die Veranstaltung von Märkten lockt Besucherinnen und Besucher in den Obstgarten und kann langfristig zu einer größeren Bekanntheit des Parks führen. Es ist dabei davon auszugehen, dass die Umgestaltung des Botanischen Obstgartens in einen Nachhaltigen Stadtpark die Breite der verschiedenen Angebote und das Spektrum an Möglichkeiten noch erweitern wird.

5.6 Einstellungen, Normen und Möglichkeiten (Verhaltenskontrolle)

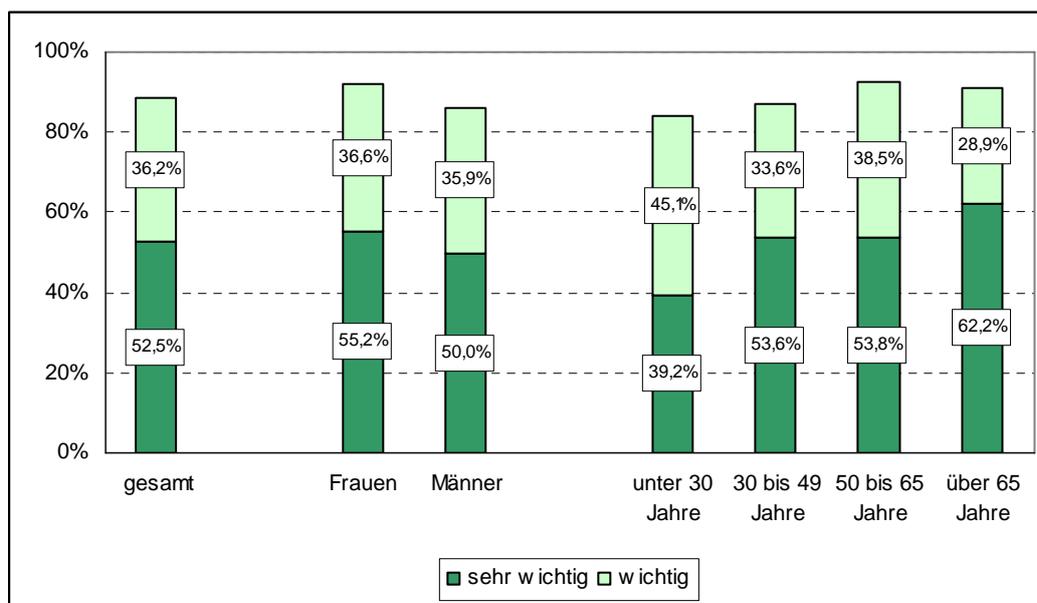
5.6.1 Wichtigkeit und Stellenwert von Parks allgemein

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 (89 %) hält Parks für sehr wichtig bis wichtig. Frauen betonen die Wichtigkeit von Parks und Grünanlagen tendenziell häufiger als Männer⁹. Zwischen den Altersgruppen gibt es hinsichtlich dieser Aussage keine signifikanten Unterschiede.

Abb. 5.30: Wichtigkeit von Parks gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



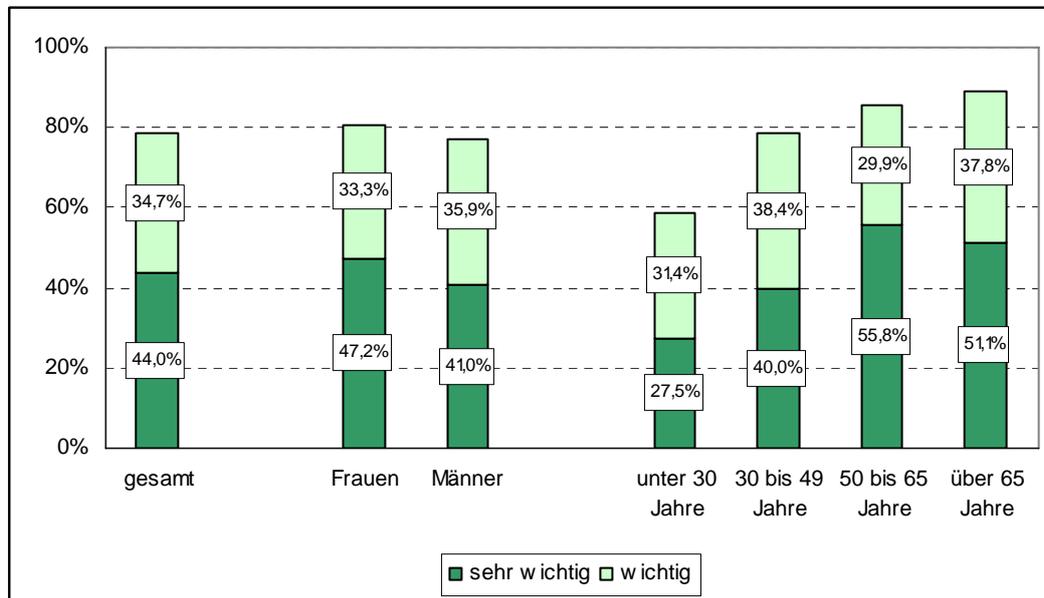
Während sich die Familiensituation und der Erwerbsstatus ebenfalls nicht auf die Antworten auswirken, sind Parks denjenigen, die weder über einen privaten Garten noch über Balkon oder Terrasse verfügen können, deutlich wichtiger als den übrigen. Nichtbesuchern von Parks sind sie erwartungsgemäß weniger wichtig.

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 As-

⁹ Mittelwerte: Frauen 1,53 und Männer 1,68; Signifikanzniveau: $p = 0,082$

pekt. Dies korrespondiert mit dem Ergebnis, dass Auszubildenden dieses Kriterium deutlich weniger wichtig war als Rentnerinnen und Rentnern.

Abb. 5.31: Wichtigkeit von Parks/Grün in der Nähe der neuen Wohnung gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



Ob die Befragten Zugang zu einem eigenen Garten oder Kinder haben, beeinflusste den Grad an Zustimmung nicht. Nichtnutzer von Parks legen auch hier wieder weniger Wert auf das Vorhandensein von Grün.

Die beiden Aussagen korrelieren hoch signifikant miteinander ($r = 0,386$, $p < 0,01$), d.h., je wichtiger den Befragten Parks und Grünanlagen sind, desto eher achten sie auch darauf, dass sich in der Nähe einer neuen Wohnung ein Park befindet. Gleichzeitig finden Parkbesuche dann umso häufiger statt¹⁰.

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.

Hinsichtlich der Beantwortung dieser Frage gingen die Meinungen der telefonisch befragten Heilbronnerinnen und Heilbronner deutlich auseinander, wobei sich zwei Strömungen erkennen ließen. Etwa die Hälfte der Befragten (52 %) findet, dass ein Park einen eigenen Garten 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 (53 %) schrieb den Parks einen deutlichen Vorteil gegenüber dem eigenen Garten zu, weil Parks aufgrund ihrer Größe mehr Platz und Freiräume bieten, der Natur nä-

¹⁰ Die allgemeine Wichtigkeit von Parks korreliert mit der Besuchshäufigkeit mit $r = 0,299$ bei $p < 0,01$, die Wichtigkeit von Parks beim Umzug mit $r = 0,241$ bei $p < 0,01$.

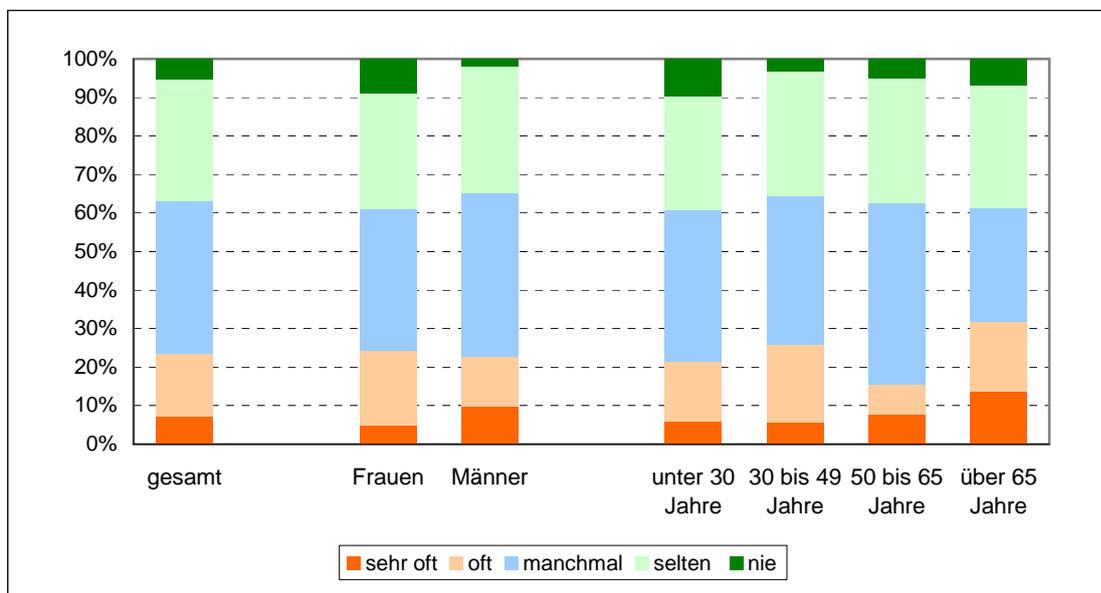
her oder Allgemeingüter sind, die das Stadtbild und die Luftqualität verbessern. Zudem entfällt in Parks die in diesen Fällen als lästig empfundene eigene Gartenarbeit.

Tab. 5.7: 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.	33,8 %
- Ein Park kann kein vollwertiger Ersatz für einen Garten sein.	9,5 %
- Ein Park kann ein Ersatz für einen Garten sein, wenn man keinen eigenen Garten hat.	8,6 %
Vorteile Garten:	
- Der eigene Garten ist ein privater Ort.	11,9 %
- Den eigenen Garten kann man selbst gestalten.	7,1 %
Vorteile Park:	
- Ein Park bietet aufgrund seiner Größe mehr Freiraum.	37,1 %
- Im Park hat man keine lästige Gartenarbeit zu verrichten.	6,7 %
- Ein Park ist ein Stück Natur.	4,8 %
- Der Park ist ein Allgemeingut.	4,8 %

Frauen benannten häufiger die Vorteile von Parks gegenüber dem Garten als Männer, ebenso die älteren Befragten gegenüber den jüngeren. Personen, die private Gärten nutzen können, und Familien mit Kindern strichen dagegen öfter heraus, dass Parks keinen oder nur einen schlechten Ersatz für den eigenen Garten darstellen können.

Abb. 5.32: Häufigkeit des Besuchs von weiter weg gelegenen Erholungsgebieten im Heilbronner Umland, gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



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 Heilbronner Umland aufsuchen. Wie aus Abb. 5.32 ersichtlich, sucht nur knapp ein Viertel der Befragten (23 %) oft bis sehr oft Erholungsgebiete außerhalb Heilbronns auf. Mit 37 % höher ist dagegen der Anteil derjenigen, die dies selten bzw. nie tun.

Unterschiede zwischen den verschiedenen betrachteten Gruppen ließen sich nicht feststellen – mit einer Ausnahme: Nichtbesucher von Parks suchen auch seltener Erholungsgebiete im Umland auf.

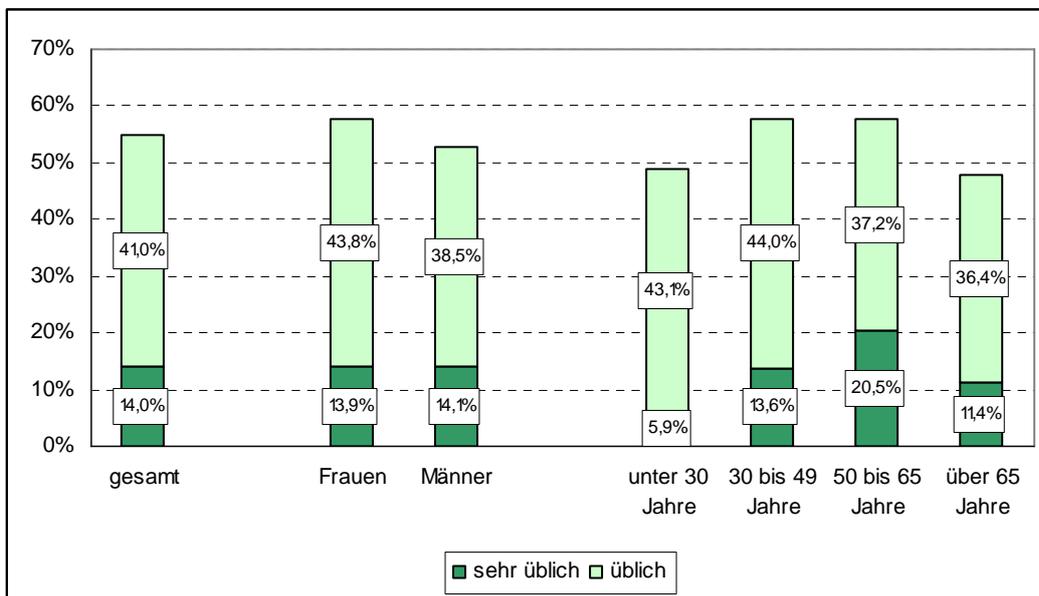
5.6.2 Subjektive und soziale Normen in Bezug auf den Besuch von Parks allgemein

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 mehr als die Hälfte der insgesamt Befragten ist ein Parkbesuch üblich bis sehr üblich, er entspricht ihrer persönlichen Norm.

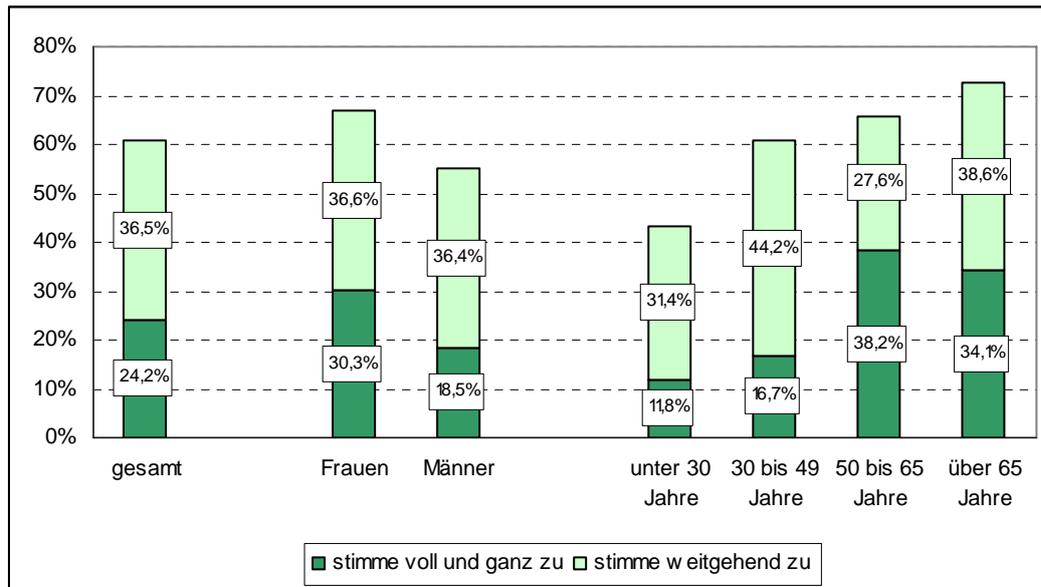
Abb. 5.33: Üblichkeit von Parkbesuchen gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



Weder zwischen den Geschlechtern noch zwischen den Altersgruppen ließen sich dabei hier signifikante Unterschiede. Dies gilt ebenso für die differenzierte Betrachtung der Merkmale Familiensituation und Erwerbsstatus. Für Befragte, die über einen eigenen Garten verfügen, ist der Besuch eines Parks weniger üblich. Gleiches gilt erwartungsgemäß für Nichtbesucher von Parks.

61 % aller telefonisch Interviewten gaben an, dass ihnen persönlich wichtige Menschen es gut fänden, dass die Befragten in ihrer Freizeit Parks nutzen. Frauen stimmten dieser Aussage signifikant häufiger zu als Männer. Gleiches gilt für ab 50-Jährige im Vergleich zu den unter 30-Jährigen, was mit dem Ergebnis korrespondiert, dass auch Rentner/Pensionäre deutlicher ihre Zustimmung äußerten als in Ausbildung Befindliche.

Abb. 5.34: Zustimmung 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 privaten Garten bei dieser Frage keinen Einfluss gewannen, waren es wieder die Nichtbesucher von Parks, die signifikant ablehnender 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 üblicher ist die Parknutzung ($r = 0,367$, $p < 0,01$) und desto häufiger werden Parks aufgesucht ($r = 0,293$, $p < 0,01$).

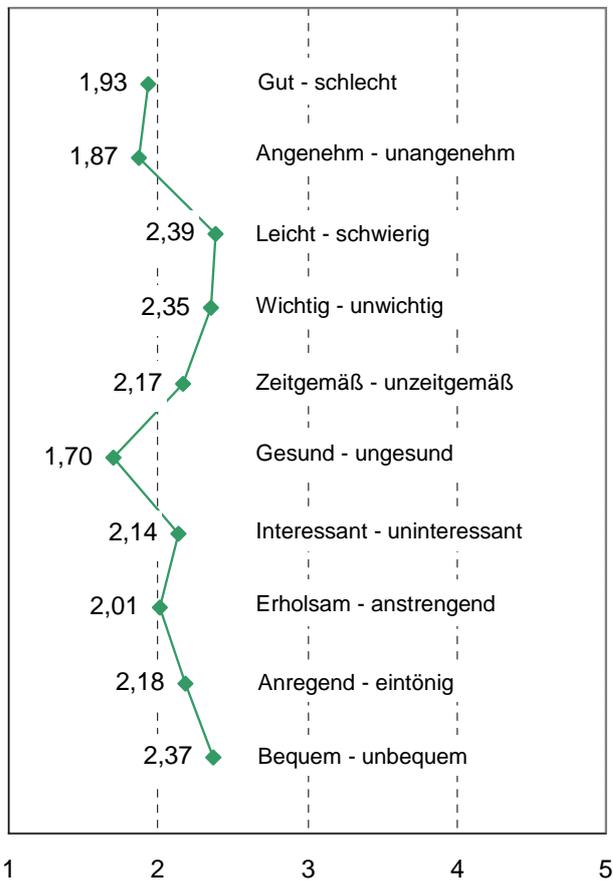
5.6.3 Einstellungen zum Botanischen Obstgarten und Verhaltenskontrolle allgemein

Zur Erfassung der Einstellungen zum Botanischen Obstgarten wurden sämtliche Befragte aufgefordert sich vorzustellen, sie würden den Obstgarten besuchen, um dann mittels zehn formulierten Antonympaaren auf einer fünfstufigen Skala einzuschätzen, wie sie dies fänden¹¹.

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

Wie aus Abb. 5.35 deutlich wird, sind die Befragten dem Botanischen Obstgarten gegenüber durchweg positiv eingestellt. Insbesondere stellen sie sich einen Besuch des Obstgartens als gesund, angenehm und gut vor.

Abb. 5.35: Einstellungen zum Botanischen Obstgarten gesamt, Mittelwerte

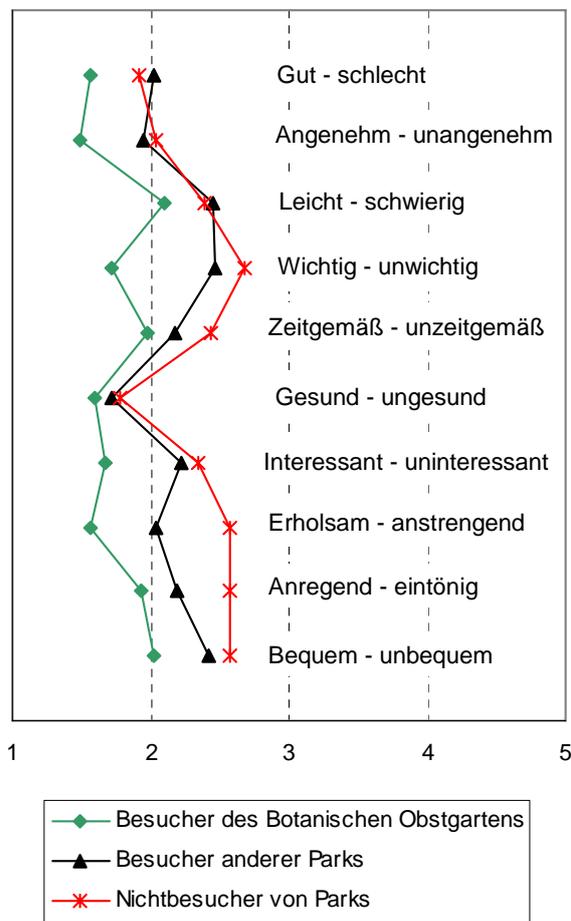


Frauen und Männer unterscheiden sich nur wenig in ihren Einschätzungen, Frauen antworteten tendenziell etwas positiver als Männer.

Unter 30-Jährige fänden einen Besuch des Botanischen Obstgartens signifikant weniger zeitgemäß, interessant und anregend als die Älteren. Dies korrespondiert erwartungsgemäß mit den Angaben der Auszubildenden. Ansonsten haben die Erwerbssituation, die Familiensituation und die Nutzbarkeit eines privaten Gartens keinen Einfluss auf die Antworten.

Erwartungsgemäß stehen die regelmäßigen Besucher des Botanischen Obstgartens diesem positiver gegenüber als die übrigen Gruppen (vgl. Abb. 5.36). Sie halten einen Besuch des Botanischen Obstgartens insbesondere für besser, angenehmer, wichtiger, interessanter und anregender. Gleichwohl liegen auch in dieser Differenzierung alle Angaben im positiven Bereich, so dass es auch für die beiden bisherigen Nichtbesuchergruppen des Botanischen Obstgartens gut vorstellbar ist, diesen zu besuchen.

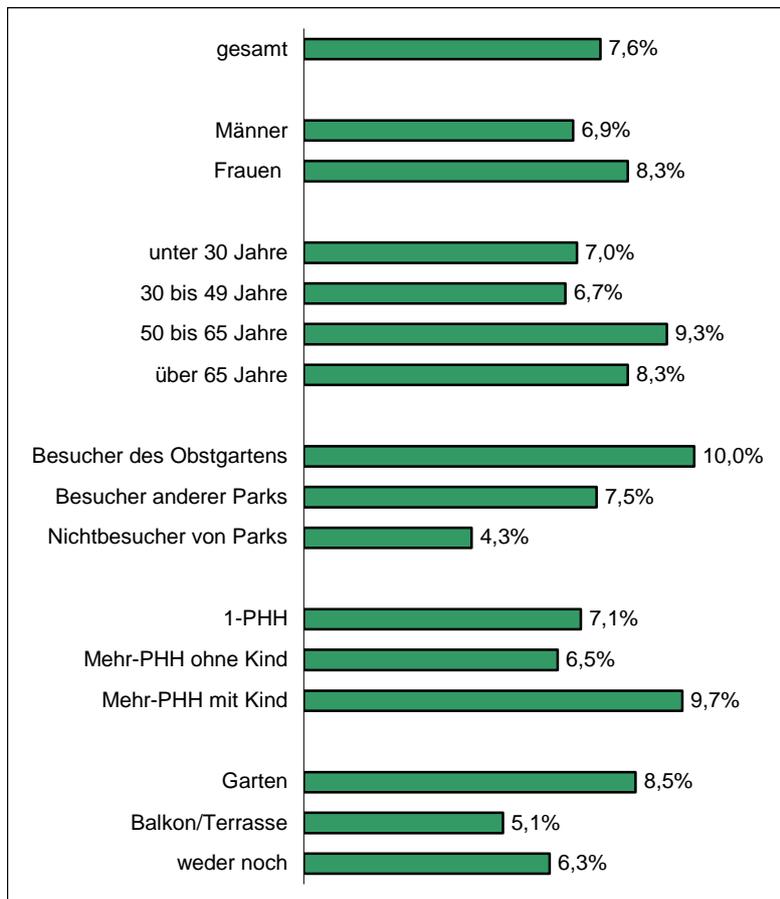
Abb. 5.36: Einstellungen zum Botanischen Obstgarten differenziert nach Besuchertypen, Mittelwerte



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

Wie aus der Darstellung der Mittelwerte hervorgeht, scheint dies grundsätzlich der Fall zu sein. Dieses Ergebnis deckt sich auch mit der Betrachtung der prozentualen Verteilungen (Abb. 5.37): Insgesamt hatten nur knapp 8 % der Befragten angegeben, sich den Besuch des Botanischen Obstgartens als (ziemlich) schwierig vorzustellen.

Abb. 5.37: Kumulierte Prozente von „ziemlich schwierig“ und „schwierig“, gesamt und differenziert nach Gruppen



Die Besucher des Botanischen Obstgartens, die ihn im Vergleich zu den übrigen Gruppen (am besten) kennen, stellten mit einem Anteil von 10 % überdurchschnittlich häufig Schwierigkeiten für einen Besuch fest. Diese Einschätzung steht in engem Zusammenhang zur Beurteilung der Erreichbarkeit des Obstgartens¹² ($r = 0,395$, $p < 0,05$): Wer den Botanischen Obstgarten als schlecht erreichbar bewertet, dem fällt ein Besuch auch schwerer.

Gleichwohl halten 88 % der befragten regelmäßigen Besucherinnen und Besucher den Botanischen Obstgarten für gut bis sehr gut erreichbar. Die überwiegend meisten kommen dabei mit dem Pkw (70 %), seltener zu Fuß (11 %), mit dem Fahrrad (7 %) oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln (6 %)¹³.

¹² Frage: Wie gut ist der Botanische Obstgarten für Sie erreichbar?; Skala von 1 = sehr gut bis 5 = sehr schlecht; Frage wurde nur den regelmäßigen Besuchern des Botanischen Obstgartens gestellt.

¹³ Differenz zu 100 %: verschiedene Kombinationen

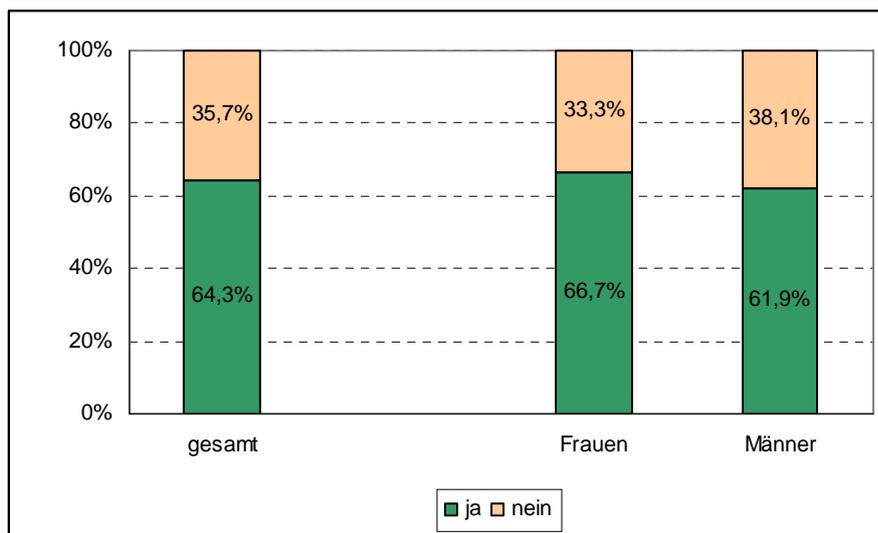
5.6.4 Wertschätzung des Botanischen Obstgartens durch seine Besucher

Für ein Drittel seiner regelmäßigen Besucherinnen und Besucher entspricht der Botanische Obstgarten genau bis sehr genau den Vorstellungen, die sie von einem Stadtpark haben¹⁴. Die überwiegend meisten Befragten antworteten unentschlossen (Skalenwert 3 „teils/teils“). Vermutlich hängt diese Einschätzung damit zusammen, dass der Botanische Obstgarten nicht als Stadtpark im herkömmlichen Sinne, sondern eher als Botanischer Garten wahrgenommen wird.

Gleichwohl empfinden ihn 58 % seiner Nutzerinnen und Nutzer als gute bis sehr gute Alternative zu Erholungsgebieten im Heilbronner Umland.

Etwa zwei Drittel seiner regelmäßigen Besucherinnen und Besucher nehmen den Botanischen Obstgarten als Heilbronner Sehenswürdigkeit wahr, die sie z.B. Freunden und Verwandten gerne vorführen (siehe Abb. 5.38).

Abb. 5.38: Wahrnehmung des Botanischen Obstgartens als Sehenswürdigkeit, gesamt sowie nach Geschlecht



5.6.5 Ergebnisse aus der face to face-Befragung

Wichtigkeit und Stellenwert von Parks allgemein

Auch die direkt im Botanischen Obstgarten 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.

90 % der Befragten und damit ähnlich viele wie in der repräsentativen Telefonbefragung halten Parks für sehr wichtig bis wichtig. Ebenso teilten sich auch hier die Meinungen, ob ein

¹⁴ Frage: Entspricht der Botanische Obstgarten ganz allgemein den Vorstellungen, die Sie an einen Stadtpark haben? Würden Sie sagen, er entspricht Ihren Vorstellungen 1 = sehr genau bis 5 = gar nicht (N = 42)

Park einen privaten Garten ersetzen kann¹⁵: 58 % der Befragten gaben an, dass ein Park durchaus einen eigenen Garten ersetzen kann, wobei davon 61 % einschränkend anmerkten, dass dies nur beim Fehlen eines eigenen Gartens der Fall sei. Ansonsten sehen diese Interviewten Parks als ein Stück Natur an, die als Ausflugsziele insbesondere auch für Kinder attraktiv sind und die durch mehr Freiräume aufgrund ihrer Größe, aber auch Kommunikationsmöglichkeiten und dem Fehlen lästiger Gartenarbeit gekennzeichnet sind.

Tab. 5.8: 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	57,5	<ul style="list-style-type: none"> - nur Ersatz, wenn kein eigener Garten vorhanden (61 %) - Park ist mehr Natur (40 %) - Park ist Ausflugsziel, Attraktion für Kinder (13 %) - aufgrund der Größe im Park mehr Freiräume (5%) - Park ist ein kommunikativer Ort (5 %) - keine anstrengende Gartenarbeit (5 %)
nein	41,1	<ul style="list-style-type: none"> - Garten ist ein privater Ort (48 %) - Garten kann man selbst gestalten (45 %) - Garten bietet mehr Bequemlichkeit (17 %)
weiß nicht	1,4	

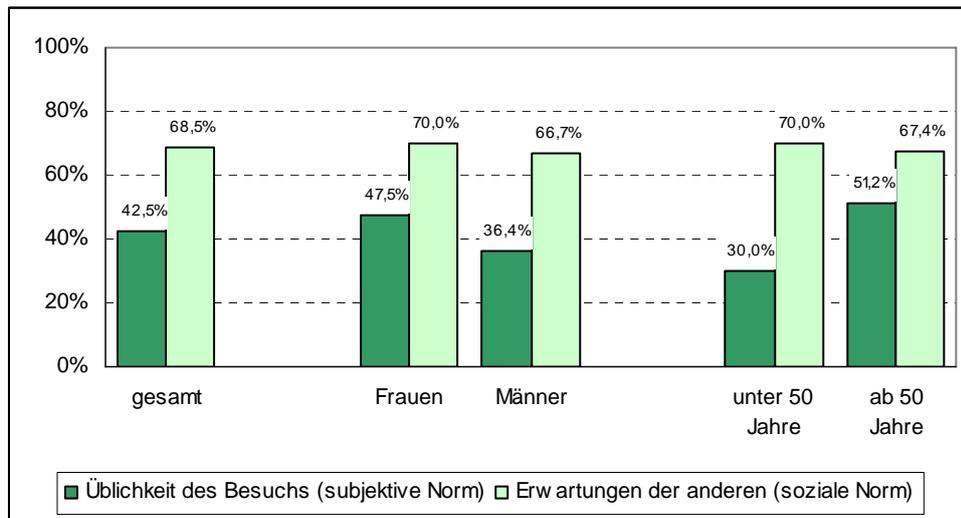
Die 41 % Gartenbefürworter finden, dass ein Park den eigenen Garten nicht ersetzen kann, weil dieser ein privater Ort ist, den man selbst gestalten kann und der mehr Bequemlichkeit bietet, weil er bspw. direkt vor der Haustür liegt. In dieser Gruppe finden sich überdurchschnittlich mehr Jüngere, Befragte mit Kindern und solche, die über einen eigenen Garten verfügen.

Subjektive und soziale Normen

Auch in den face to face-Interviews wurden die subjektiven und sozialen Normen erfasst, diesmal jedoch mit direktem Bezug zum Botanischen Obstgarten. Danach ist es für 43 % der Befragten üblich, den Botanischen Obstgarten aufzusuchen. Darüber hinaus stimmten hier zwei Drittel der Interviewten zu, dass ihnen wichtige Personen es gut fänden, wenn die Befragten in ihrer Freizeit den Botanischen Obstgarten besuchen. Regelmäßige Besucherinnen und Besucherinnen des Botanischen Obstgartens stimmten beiden Aussagen häufiger zu – bezüglich der sozialen Norm ist dieser Unterschied signifikant.

¹⁵ Die Fragestellung war in den face to face-Interviews aufgrund der Erfahrungen aus der Telefonbefragung etwas optimiert worden. Die Befragten hier wurden gebeten, zuerst abzugeben, ob ein Park ein Ersatz sein kann oder nicht, und dies dann zu begründen.

Abb. 5.39: Subjektive und soziale Normen im Hinblick auf Besuche des Botanischen Obstgartens gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen¹⁶



Wie bereits in der repräsentativen Bevölkerungsbefragung lässt sich auch für die Besucherinnen und Besucher des Botanischen Obstgartens feststellen, dass der Park umso häufiger aufgesucht wird, je üblicher der Besuch für die Interviewten ist ($r_s = 0,773$, $p < .01$) und je positiver die Einstellungen der Bezugspersonen zum Botanischen Obstgarten sind ($r_s = 0,230$, $p < .05$).

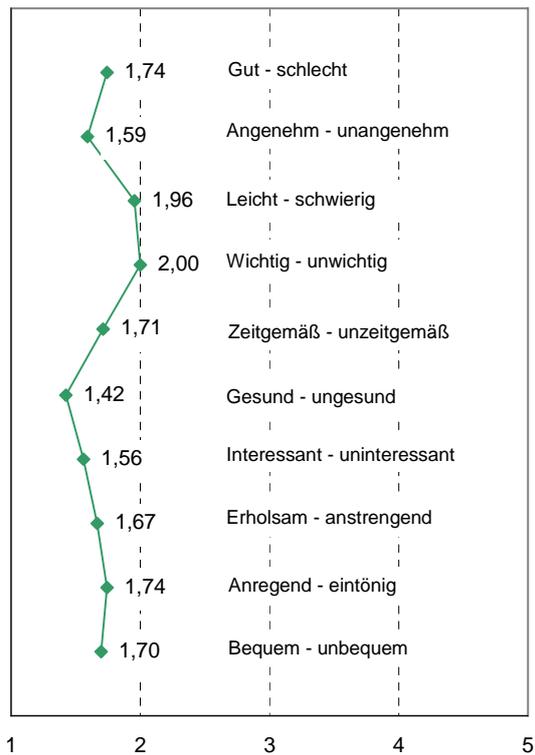
Einstellungen und Verhaltenskontrolle

Wie bereits in der Bevölkerungsbefragung wurde den Vor-Ort-Interviewten ebenfalls eine Liste mit Antonympaaren vorgelegt, um die Einstellung zum Botanischen Obstgarten 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 Botanischen Obstgarten sogar noch positiver als in der repräsentativen Bevölkerungsbefragung (siehe Abb. 5.40).

Frauen finden einen Besuch des Botanischen Obstgartens signifikant gesünder als Männer. Ältere Befragte gaben im Vergleich zu jüngeren signifikant häufiger an, den Besuch interessant zu finden. Die regelmäßigen Obstgartenbesucher antworteten signifikant häufiger als die unregelmäßigen Besucher, dass der Besuch bequem ist.

¹⁶ subjektive Norm = Üblichkeit des Obstgartenbesuchs (kumulierte Prozente von „sehr üblich“ und „üblich“); soziale Norm = Zustimmung zur Frage, ob persönlich wichtige Personen es gut finden, wenn die Befragten den Botanischen Obstgarten aufsuchen (kumulierte Prozente von „stimme voll und ganz zu“ und „stimme weitgehend zu“)

Abb. 5.40: Einstellungen der Onsite-Gruppe zum Botanischen Obstgarten gesamt, Mittelwerte



71 % der Befragten fällt es leicht, den Botanischen Obstgarten 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 Obstgartenbesucher (77 % zustimmende Antworten).

Wertschätzung des Westfalenparks

Auch in der face to face-Befragung wurde gefragt, ob der Botanische Obstgarten den individuellen Vorstellungen von einem Stadtpark entspricht und ob er in den Augen der Interviewten eine Heilbronner Sehenswürdigkeit darstellt. Die Antworten waren denen der Bevölkerungsbefragung ähnlich: Für 32 % erfüllt der Obstgarten die Ansprüche an einen Stadtpark¹⁷, 74 % halten ihn für eine Heilbronner Sehenswürdigkeit, die man gern Besuchern vorführt.

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

Die Einstellungen zum Botanischen Obstgarten sind ausnahmslos positiv. Insbesondere die regelmäßigen Besucherinnen und Besucher des Obstgartens nehmen ihn als Heilbronner Sehenswürdigkeit wahr. Dabei wird der Botanische Obstgarten weniger als städtische Parkanlage, sondern als öffentlicher Garten angesehen.

¹⁷ Auch hier steht wieder zu vermuten, dass der Botanische Obstgarten nicht als Stadtpark im herkömmlichen Sinne angesehen wird.

5.7 Bewertung des vorgestellten Nachhaltigen Stadtparks

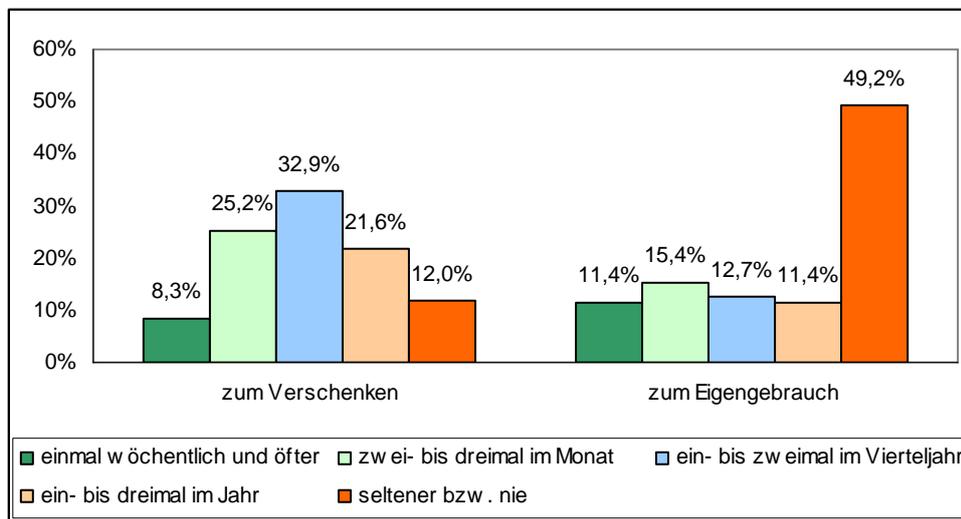
5.7.1 Kaufgewohnheiten, vorhandene Erntemöglichkeiten für Kräuter usw. und Interesse an Gartenthemen

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. 34 % der Befragten verschenken mindestens zwei- bis dreimal im Monat Blumen, 27 % kaufen ähnlich oft Blumen für zuhause.

Abb. 5.41: Häufigkeit des Blumenkaufs zum Verschenken und zum Eigengebrauch gesamt



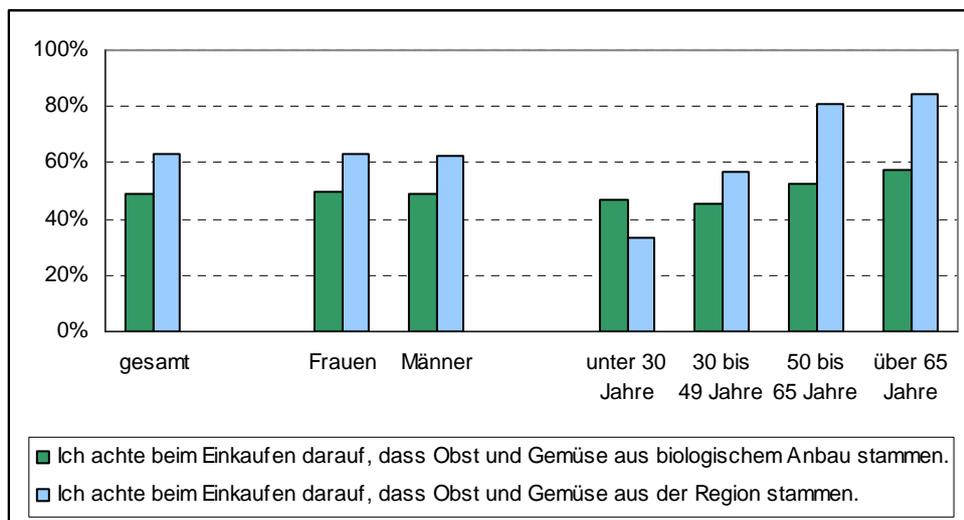
Männer und jüngere Befragte (insbesondere unter 30-Jährige) kaufen signifikant seltener Blumen als Frauen und ältere Befragte. Ob die Befragten über einen eigenen Garten verfügen können oder nicht, spielt in den Antworten dagegen keine Rolle. Die regelmäßigen Besucherinnen und Besucher des Botanischen Obstgartens kaufen besonders häufig auch Blumen für sich selbst.

Ein Drittel der Befragten erwirbt nur ein- bis dreimal im Jahr, seltener oder nie Blumen zum Verschenken, noch mehr (61 %) haben nur ein geringes oder kein Interesse an Blumen für den Eigengebrauch. Diejenigen 86 Befragten, die nur ein- bis dreimal im Jahr und noch seltener Blumen kaufen, wurden ferner um eine Begründung gebeten. Zu den hauptsächlichsten Gründen¹⁸ zählen, dass

- im eigenen Garten selbst ausreichend Blumen zu finden sind (26 %).
- Schnittblumen vergänglich sind und schnell verwelken (22 %).
- Schnittblumen nicht von Interesse sind (16 %).
- nur zu seltenen Anlässen (z.B. Geburtstage) erworben werden (15 %).
- Blumen zu teuer sind (14 %).

49 % bzw. 63 % der insgesamt Befragten achten beim Einkaufen darauf, dass Obst und Gemüse aus biologischem Anbau bzw. aus der Region stammen. Während das Geschlecht in beiden Fragen keinen Einfluss hat, legen ältere Befragte deutlich mehr Wert auf Produkte aus regionalem Anbau. Dieser Aspekt spielt bei Familien mit Kindern dagegen eine deutlich geringere Rolle. Ob die Befragten einen Garten nutzen können oder nicht, wirkt sich nicht auf die Antworten aus.

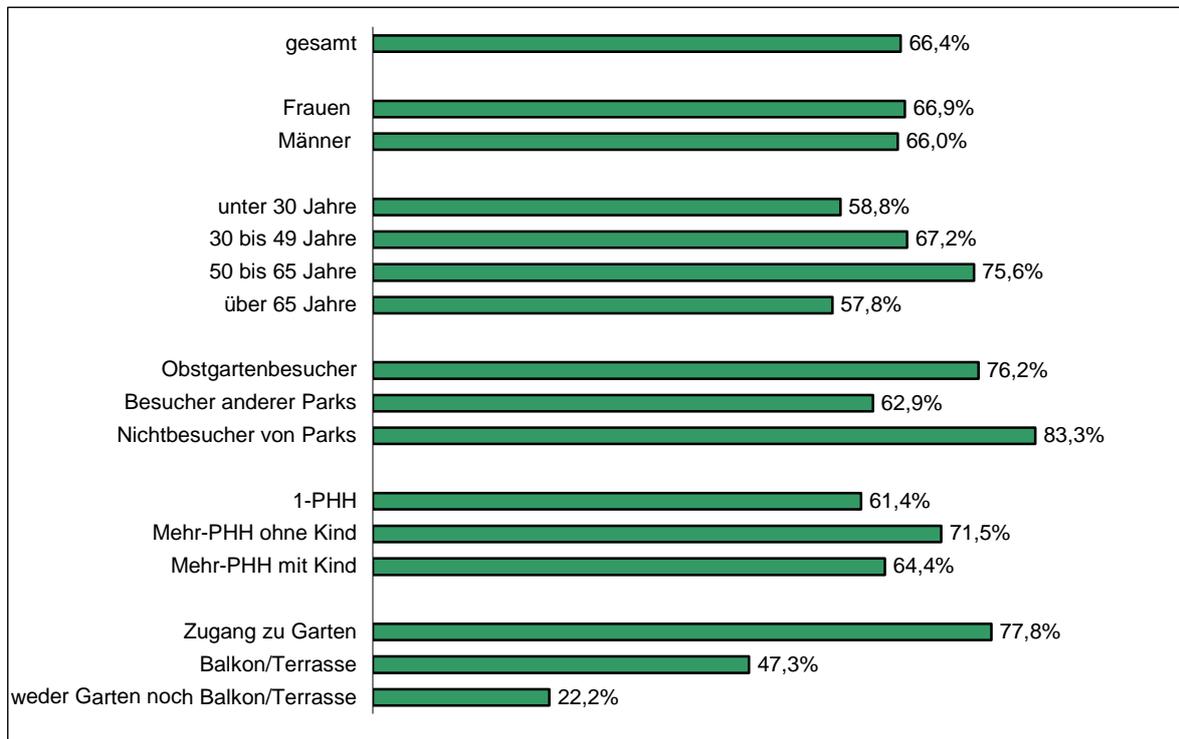
Abb. 5.42: Beim Einkaufen darauf achten, ob Obst und Gemüse aus biologischem Anbau bzw. aus der Region stammen (kumulierte Prozente von „stimme voll und ganz zu“ und „stimme weitgehend zu“), gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



Zwei Drittel der Befragten verfügen über eigene Möglichkeiten, um Kräuter, Tomaten usw. anzubauen und zu ernten. Erwartungsgemäß handelt es sich dabei vor allem um Befragte, die einen eigenen Garten nutzen können und die sich dabei von denen ohne Garten signifikant unterscheiden.

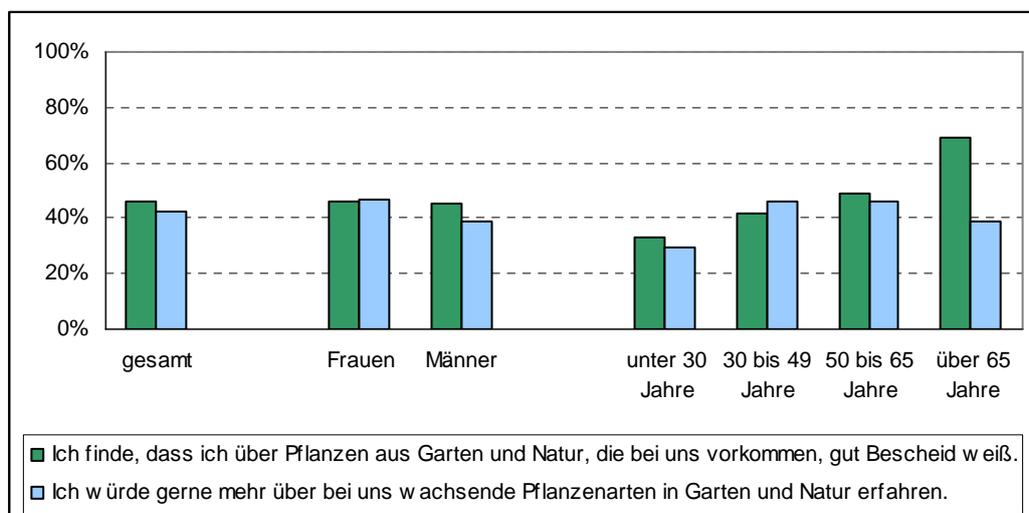
¹⁸ Mehrfachantworten in % der Fälle

Abb. 5.43: Vorhandensein von eigenen Erntemöglichkeiten für Kräuter, Tomaten usw., gesamt sowie 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.

Abb. 5.44: Wissen über Pflanzen und Informationsbedarf (kumulierte Prozente von „stimme voll und ganz zu“ und „stimme weitgehend überein“), gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



Wie Abb. 5.44 zeigt, meint knapp die Hälfte der Befragten (46 %) gut über Pflanzen aus Garten und Natur Bescheid zu wissen, ältere Befragte und solche mit einem privaten Garten noch signifikant häufiger.

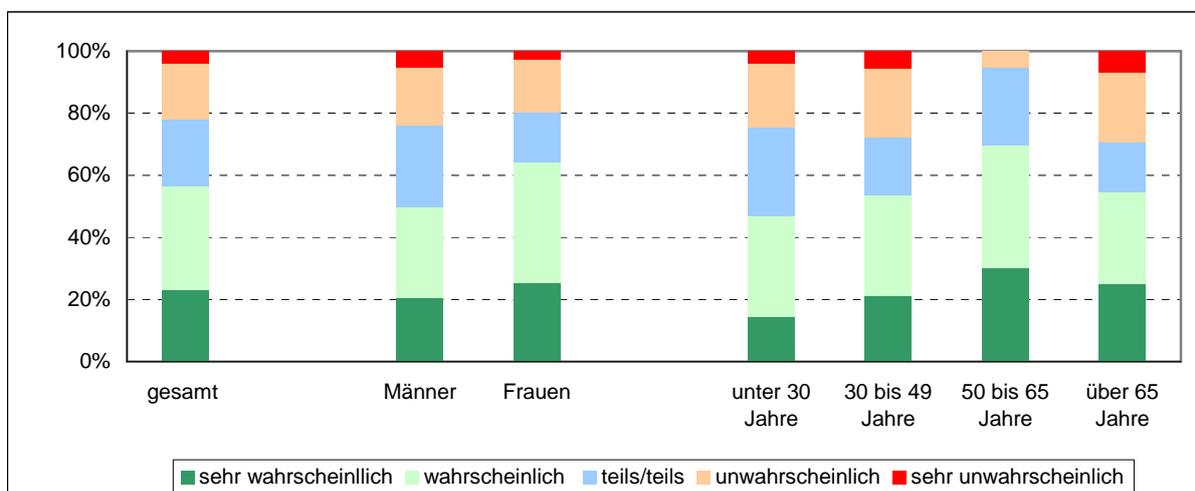
Mit 42 % ähnlich viele Befragte würden gern mehr über bei uns wachsende Pflanzenarten aus Garten und Natur erfahren. Besonders interessiert an Fortbildung sind Frauen und die regelmäßigen Besucherinnen und Besucher. Eher weniger interessieren sich die unter 30-Jährigen für diese Themen.

5.7.2 Bewertung des vorgestellten Nachhaltigen Stadtparks

Die Umsetzung des Nachhaltigen Stadtparkkonzepts geht einher mit einer deutlich sichtbaren Veränderung in Teilbereichen des Botanischen Obstgartens. Von zentralem Interesse war es daher, die Akzeptanz der Heilbronner Bevölkerung gegenüber diesem Konzept zu ermitteln. Dazu sollten die Befragten einerseits die Wahrscheinlichkeit für einen (häufigeren) Besuch des Botanischen Obstgartens angeben, wenn das ganze Jahr über blühende Pflanzen zu sehen sein werden und im Park angebaute Pflanzen und Schnittblumen bei Marktveranstaltungen 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 Botanischen Obstgarten dann häufiger oder überhaupt aufzusuchen.

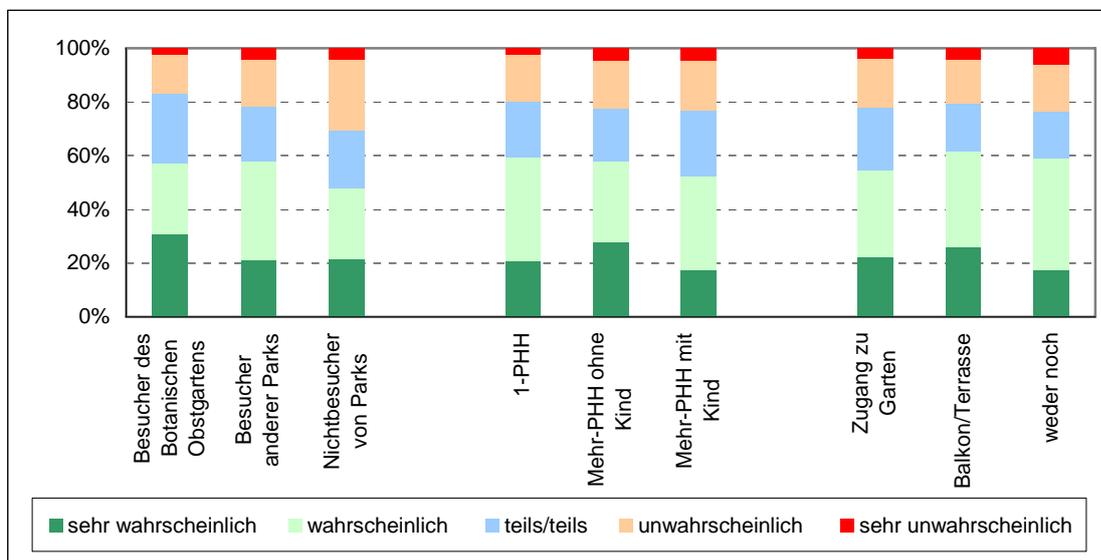
Die Wahrscheinlichkeit eines (häufigeren) Besuchs des Botanischen Obstgartens nach seiner Umgestaltung kann als sehr hoch eingeschätzt werden. Deutlich mehr als die Hälfte der Befragten (57 %) hält es für wahrscheinlich bis sehr wahrscheinlich, den Botanischen Obstgarten nach dessen Umgestaltung häufiger als vorher bzw. überhaupt aufzusuchen. Frauen und 50- bis 65-Jährige haben dabei ein besonders ausgeprägtes Interesse.

Abb. 5.45: Wahrscheinlichkeit des (häufigeren) Besuchs des Botanischen Obstgartens nach dessen Umgestaltung, gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



Eine Differenzierung der übrigen Teilgruppen (siehe Abb. 5.46) erbrachte keine signifikanten Unterschiede. Haushalte ohne Kinder und mit Kindern sind am umgestalteten Botanischen Obstgarten in ähnlich hohem Maße interessiert und auch der Zugang zu einem privaten Garten manifestiert sich nicht in den Antworten. 57 % der aktuell bereits regelmäßigen Obstgartenbesucher würden ihn nach der Umgestaltung (sehr) wahrscheinlich öfter aufsuchen als bisher. Mit 58 % sogar noch etwas höher ist der Zuspruch derjenigen, die bislang nur andere Heilbronner Parkanlagen, nicht aber den Botanischen Obstgarten nutzen. Sogar 48 % derjenigen Befragten, die sich bislang überhaupt nichts aus Parks machen, wären dann an einem Besuch des Botanischen Obstgartens interessiert.

Abb. 5.46: Wahrscheinlichkeit des (häufigeren) Besuchs des Botanischen Obstgartens nach dessen Umgestaltung nach Parknutzungshäufigkeit, Familiensituation und Zugang zu einem Garten



Während das bisher Genannte eine eher allgemeine Einschätzung zur Akzeptanz eines nachhaltig umgestalteten Botanischen Obstgartens liefert und damit z.B. einer Potenzialabschätzung zukünftiger Besucherzahlen dienen kann, zeigt die Tabelle 5.9, wie sich die Zustimmung der Heilbronner Wohnbevölkerung zu den verschiedenen Komponenten eines Nachhaltigen Stadtparks im Einzelnen darstellt.

Blühende Pflanzen auch in den Wintermonaten zu sehen, wäre für mehr als zwei Drittel der Befragten ein Grund (mehr) den Botanischen Obstgarten zu besuchen. Mit mehr als der Hälfte positiver Antworten ebenfalls recht hoch wären das Interesse am Kauf von im Botanischen Obstgarten aufgezogenen Pflanzen und Kräutern für Garten und Balkon sowie Schnittblumen und Blumensträußen, am Verzehr von Gerichten mit Erzeugnissen aus dem Obstgarten in den ansässigen Restaurants und an Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen. 39 % der Befragten würden in einer Pflanzenwerkstatt Kunsthandwerkliches oder Wellnessprodukte aus Pflanzen kaufen. Mit 24 % geringer ist der Anteil derer, die dort in Kursen selbst etwas herstellen möchten.

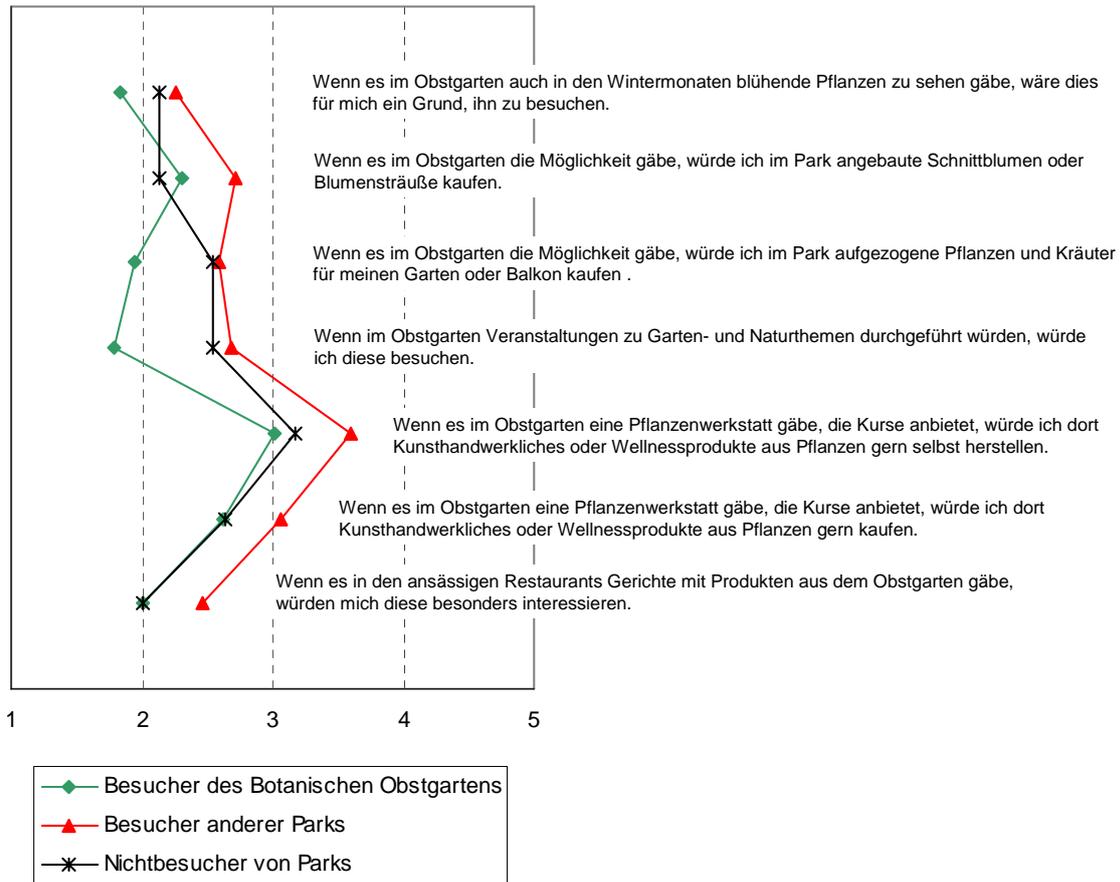
Tab. 5.9: Zustimmung zu den Einzelkomponenten des Nachhaltigen Stadtparks gesamt (kumulierte Prozent von „stimme voll und ganz zu“ und „stimme weitgehend zu“)

Aussage	In Prozent
Wenn es im Botanischen Obstgarten auch in den Wintermonaten blühende Pflanzen zu sehen gäbe, wäre dies für mich ein Grund, ihn zu besuchen.	68,4
Wenn es im Botanischen Obstgarten die Möglichkeit gäbe, würde ich im Park angebaute Schnittblumen oder Blumensträuße kaufen.	50,5
Wenn es im Botanischen Obstgarten die Möglichkeit gäbe, würde ich Park aufgezogene Pflanzen oder Kräuter für meinen Garten oder Balkon kaufen.	56,4
Wenn im Botanischen Obstgarten Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen durchgeführt würden, würde ich diese besuchen.	51,5
Wenn es im Botanischen Obstgarten eine Pflanzenwerkstatt gäbe, die Kurse anbietet, würde ich dort Kunsthandwerkliches oder Wellnessprodukte aus Pflanzen gern selbst herstellen.	23,6
Wenn es im Botanischen Obstgarten eine Pflanzenwerkstatt gäbe, die Kurse anbietet, würde ich dort Kunsthandwerkliches oder Wellnessprodukte aus Pflanzen gern kaufen.	38,9
Wenn es in den ansässigen Restaurants Gerichte mit Produkten aus dem Obstgarten gäbe, würden mich diese besonders interessieren.	55,8

Frauen stimmten den genannten Aussagen durchweg häufiger zu als Männer, die Unterschiede zwischen den Geschlechtern sind mit Ausnahme des Items „Interesse an blühenden Pflanzen auch in den Wintermonaten“ signifikant. Die Älteren haben ein signifikant höheres Interesse an Veranstaltungen zu Gartenthemen und an Gerichten mit Produkten aus dem Obstgarten als die unter 30-Jährigen. Ob die Befragten Kinder haben oder einen eigenen Garten nutzen können, hat dagegen keinen Einfluss auf ihr Interesse an möglichen neuen Angeboten im Botanischen Obstgarten.

Wie die Abb. 5.47 zeigt, stehen die regelmäßigen Nutzerinnen und Nutzer des Botanischen Obstgartens den vorgestellten Angeboten beinahe durchweg positiver gegenüber als die übrigen Befragten. Sie interessieren sich insbesondere mehr für Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen und für den Erwerb von im Obstgarten aufgezogenen Pflanzen und Kräutern für Garten und Balkon

Abb. 5.47: Zustimmung zu den Einzelkomponenten des Nachhaltigen Stadtparks differenziert nach Parknutzung, Mittelwerte



Betrachtet man diesbezüglich noch einmal die prozentualen Anteile der Zustimmungen (siehe Tab. 5.10), zeigt sich besonders deutlich, dass die regelmäßigen Besucherinnen und Besucher des Botanischen Obstgartens ein überdurchschnittliches Interesse an den verschiedenen Angeboten haben. Gleichzeitig lässt sich auch feststellen, dass die Neuheiten eines Nachhaltigen Stadtparks auch bei mehr oder weniger großen Teilen der beiden bisherigen Nichtnutzerguppen des Botanischen Obstgartens auf Zustimmung stoßen. Die Wahrscheinlichkeit, dass der Botanische Obstgarten nach der Umgestaltung bisher noch wenig Interessierte als Besucher gewinnen würde, kann demnach als relativ hoch eingeschätzt werden.

Tab. 5.10: Zustimmung zu den Einzelkomponenten des Nachhaltigen Stadtparks nach Parknutzung (kumulierte Prozent von „stimme voll und ganz zu“ und „stimme weitgehend zu“)

Aussage	Besucher des Botanischen Obstgartens	Besucher anderer Parks	Nichtbesucher von Parks
Wenn es im Botanischen Obstgarten auch in den Wintermonaten blühende Pflanzen zu sehen gäbe, wäre dies für mich ein Grund, ihn zu besuchen.	81,0	67,2	54,1
Wenn es im Botanischen Obstgarten die Möglichkeit gäbe, würde ich im Park angebaute Schnittblumen oder Blumensträuße kaufen.	61,9	47,8	58,4
Wenn es im Botanischen Obstgarten die Möglichkeit gäbe, würde ich Park aufgezogene Pflanzen oder Kräuter für meinen Garten oder Balkon kaufen.	78,6	53,9	41,7
Wenn im Botanischen Obstgarten Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen durchgeführt würden, würde ich diese besuchen.	81,0	47,0	41,7
Wenn es im Botanischen Obstgarten eine Pflanzenwerkstatt gäbe, die Kurse anbietet, würde ich dort Kunsthandwerkliches oder Wellnessprodukte aus Pflanzen gern selbst herstellen.	38,1	21,2	20,8
Wenn es im Botanischen Obstgarten eine Pflanzenwerkstatt gäbe, die Kurse anbietet, würde ich dort Kunsthandwerkliches oder Wellnessprodukte aus Pflanzen gern kaufen.	50,0	37,1	37,5
Wenn es in den ansässigen Restaurants Gerichte mit Produkten aus dem Obstgarten gäbe, würden mich diese besonders interessieren.	73,8	53,0	50,0

5.7.3 Ergebnisse aus der face to face-Befragung

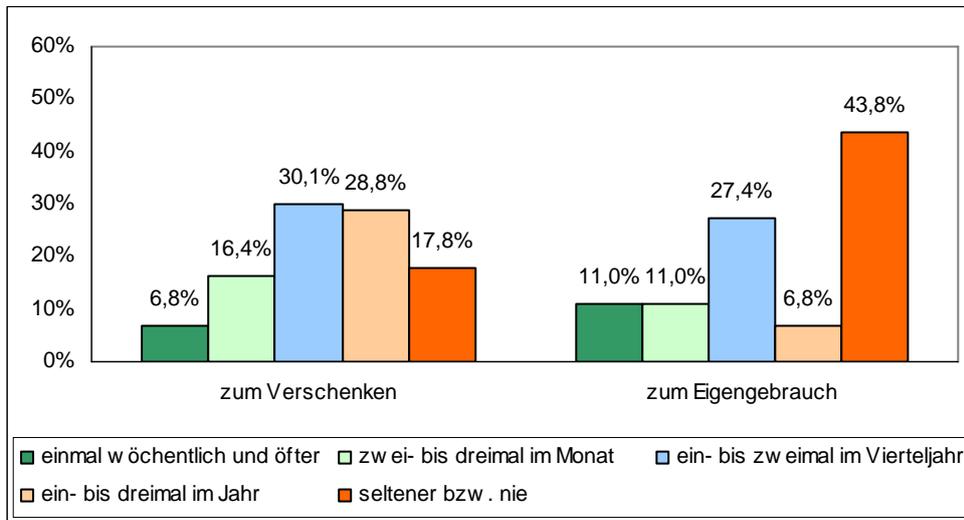
Kaufgewohnheiten, vorhandene Erntemöglichkeiten für Kräuter usw. und Interesse an Gartenthemen und Führungen

Hinsichtlich dieser Aspekte wurden in der face to face-Befragung dieselben Fragen wie in der Bevölkerungsbefragung gestellt (vgl. Kap. 5.7.1)¹⁹. Zusätzlich wurde hier aber auch gefragt, ob die Befragten ein Interesse an Führungen im Botanischen Obstgarten haben.

Im Hinblick auf den Kauf von Blumen gleichen die Ergebnisse der Vor-Ort-Interviews denen der Telefonbefragung (siehe Abb. 5.48): Blumen werden häufiger zum Verschenken als für den Eigengebrauch gekauft, Frauen und Ältere erwerben häufiger welche als Männer und Jüngere.

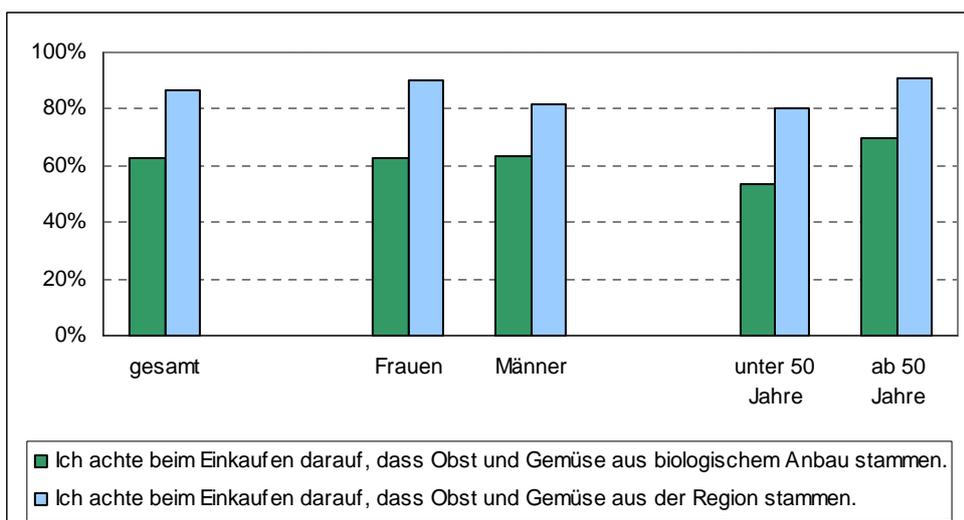
¹⁹ Mit Ausnahme der offenen Frage nach den Gründen für den seltenen und Nichtkauf von Blumen, die hier nicht gestellt wurde.

Abb. 5.48: Häufigkeit des Blumenkaufs zum Verschenken und zum Eigengebrauch gesamt



Anteil mehr als in der Telefonbefragung, nämlich 63 % bzw. 86 % der face to face-Interviewten achten beim Einkaufen darauf, dass Obst und Gemüse aus biologischem Anbau bzw. aus der Region stammen. Sowohl Frauen und Männer als auch Ältere und Jüngere antworteten dabei ähnlich.

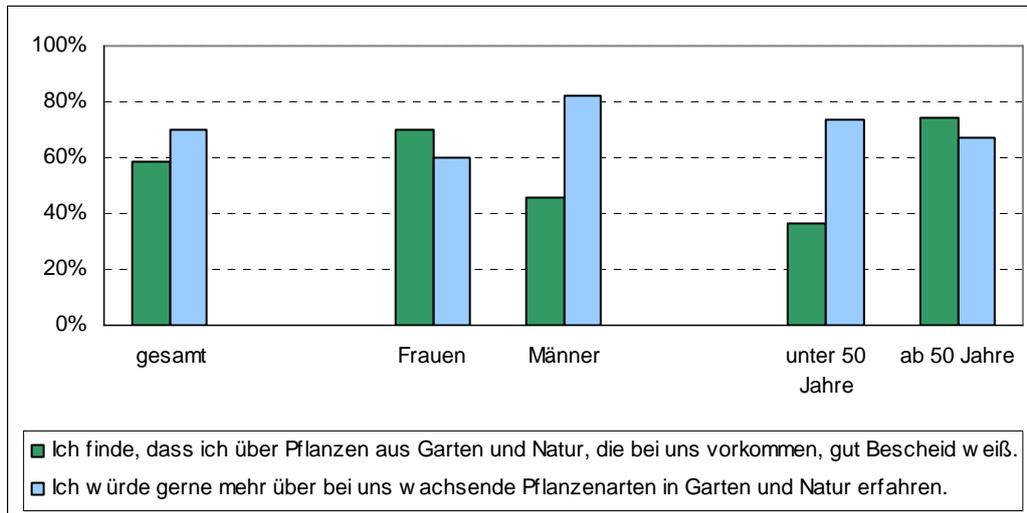
Abb. 5.49: Beim Einkaufen darauf achten, ob Obst und Gemüse aus biologischem Anbau bzw. aus der Region stammen (kumulierte Prozente von „stimme voll und ganz zu“ und „stimme weitgehend zu“), gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



Vier von fünf Interviewten und damit deutlich mehr als in der repräsentativen Telefonbefragung verfügen über eigene Erntemöglichkeiten von Kräutern, Tomaten usw., Personen mit Zugang zu einem Garten erwartungsgemäß signifikant häufiger als die übrigen Befragten.

Wie die Abb. 5.50 zeigt, ist das Wissen über bei uns vorkommende Pflanzenarten aus Garten und Natur mit 59 % zustimmender Antworten sehr hoch ausgeprägt – bei den Frauen und den ab 50-Jährigen²⁰ mit 70 bzw. 74 % noch deutlicher.

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



Mit zwei Dritteln zustimmender Antworten noch höher ist das Fortbildungsinteresse der direkt im Botanischen Obstgarten Befragten. Hier sind es vor allem die Männer und die jüngeren Befragten, die gerne mehr über bei uns wachsende Pflanzenarten aus Garten und Natur erfahren. Ob die Befragten privat über einen Garten verfügen können oder nicht, hat in beiden Fällen keinen Einfluss auf die Antworten.

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

77 % der direkt im Obstgarten Befragten äußerten ein Interesse an Führungen – dabei sind Männer und Ältere mit 85 bzw. 81 % sogar noch interessierter.

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 Botanischen Obstgarten dann häufiger aufsuchen als bisher.

Wie auch in der Telefonbefragung ist das Interesse an den verschiedenen Einzelkomponenten des Nachhaltigen Stadtparks recht hoch (siehe Tab. 5.11). Besondere Zustimmung finden Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen und Möglichkeiten, Gerichte mit Produkten aus dem Botanischen Obstgarten und im Botanischen Obstgarten aufgezogene Pflanzen

²⁰ Der Unterschied zwischen den jüngeren und älteren Befragten ist hochsignifikant ($p < .01$).

und Kräuter für Garten und Balkon zu erwerben. Das insgesamt recht hoch ausgeprägte Konsuminteresse könnte damit zusammenhängen, dass die Befragung während des Herbstmarktes stattfand.

Frauen antworteten durchweg positiver als Männer – sie interessieren sich signifikant mehr für den Erwerb von Schnittblumen, Pflanzen, Kräutern und Kunsthandwerklichem aus Pflanzen und für blühende Pflanzen in den Wintermonaten. Außerdem könnten sie sich deutlich eher vorstellen in der Pflanzenwerkstatt selbst etwas herzustellen.

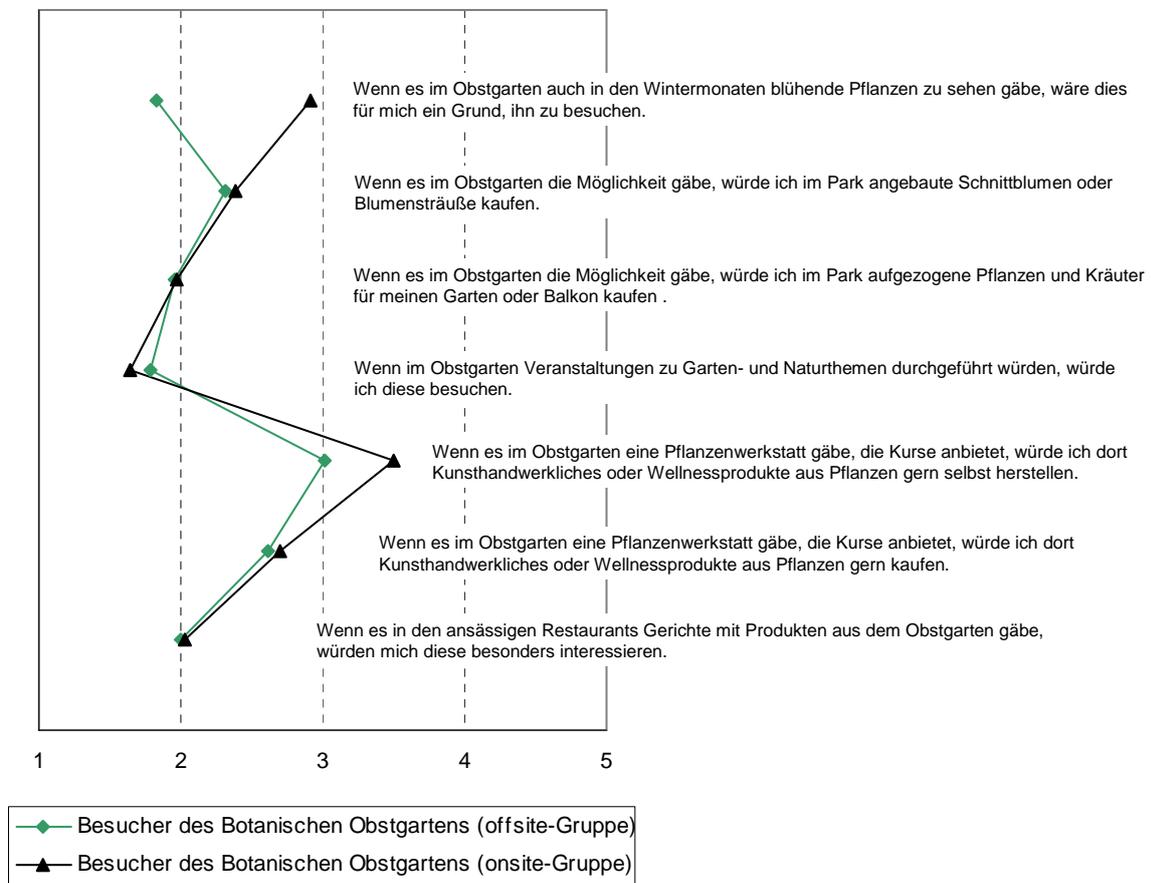
Die ab 50-Jährigen fühlen sich signifikant häufiger von den Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen angesprochen als die Jüngeren, für sie wären auch blühende Pflanzen im Winter ein Attraktivitätsgewinn.

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 Botanischen Obstgarten auch in den Wintermonaten blühende Pflanzen zu sehen gäbe, wäre dies für mich ein Grund, ihn zu besuchen.	47,9
Wenn es im Botanischen Obstgarten die Möglichkeit gäbe, würde ich im Park angebaute Schnittblumen oder Blumensträuße kaufen.	56,2
Wenn es im Botanischen Obstgarten die Möglichkeit gäbe, würde ich Park aufgezogene Pflanzen oder Kräuter für meinen Garten oder Balkon kaufen.	68,5
Wenn im Botanischen Obstgarten Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen durchgeführt würden, würde ich diese besuchen.	76,7
Wenn es im Botanischen Obstgarten eine Pflanzenwerkstatt gäbe, die Kurse anbietet, würde ich dort Kunsthandwerkliches oder Wellnessprodukte aus Pflanzen gern selbst herstellen.	30,1
Wenn es im Botanischen Obstgarten eine Pflanzenwerkstatt gäbe, die Kurse anbietet, würde ich dort Kunsthandwerkliches oder Wellnessprodukte aus Pflanzen gern kaufen.	48,6
Wenn es in den ansässigen Restaurants Gerichte mit Produkten aus dem Obstgarten gäbe, würden mich diese besonders interessieren.	74,0

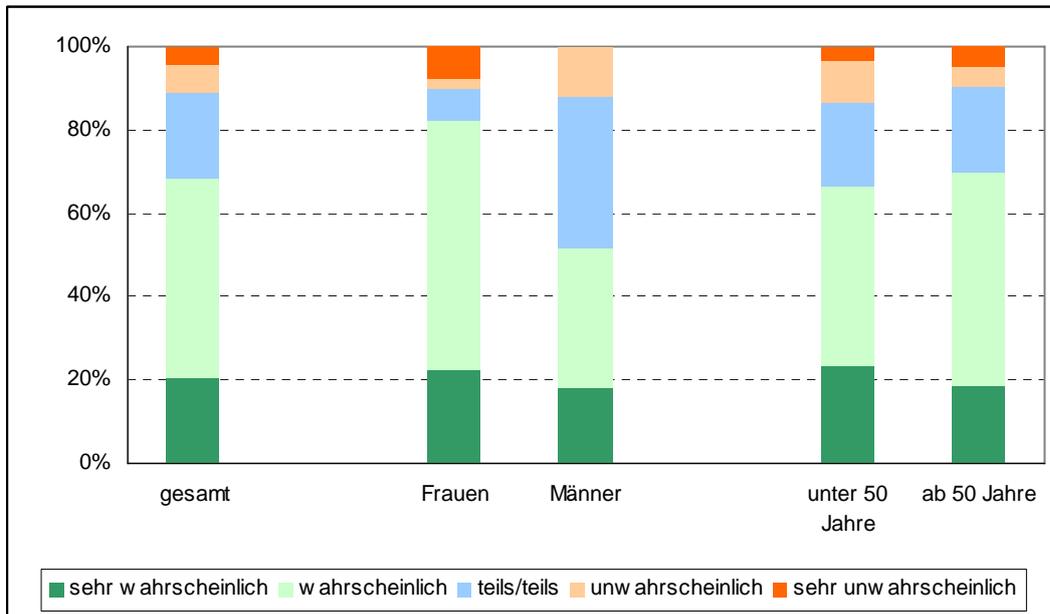
Im Vergleich der regelmäßigen Besucherinnen und Besucher des Botanischen Obstgartens der Onsite- und der Offsite-Gruppe (siehe Abb. 5.51) wird deutlich, dass sich beide nur in zwei Aspekten unterscheiden. Die direkt im Botanischen Obstgarten Befragten haben ein geringeres Interesse an auch in den Wintermonaten blühenden Pflanzen und am Selbstherstellen von Kunsthandwerklichem oder Wellnessprodukten in der Pflanzenwerkstatt. Im Hinblick auf die weiteren Komponenten des Nachhaltigen Stadtparks unterscheiden sie sich dagegen nicht.

Abb. 5.51: Vergleich der telefonisch und face to face befragten regelmäßigen Obstgartenbesucher bei der Zustimmung zu den Einzelkomponenten des Nachhaltigen Stadtparks, Mittelwerte



68 % der face to face-Befragten und damit sogar noch deutlich mehr als in der repräsentativen Bevölkerungsumfrage halten es für (sehr) wahrscheinlich, den umgestalteten Botanischen Obstgarten dann häufiger aufzusuchen. Signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen ließen sich nicht feststellen.

Abb. 5.52: Wahrscheinlichkeit des häufigeren Besuchs des Botanischen Obstgartens nach dessen Umgestaltung, gesamt sowie nach Geschlecht und Altersgruppen



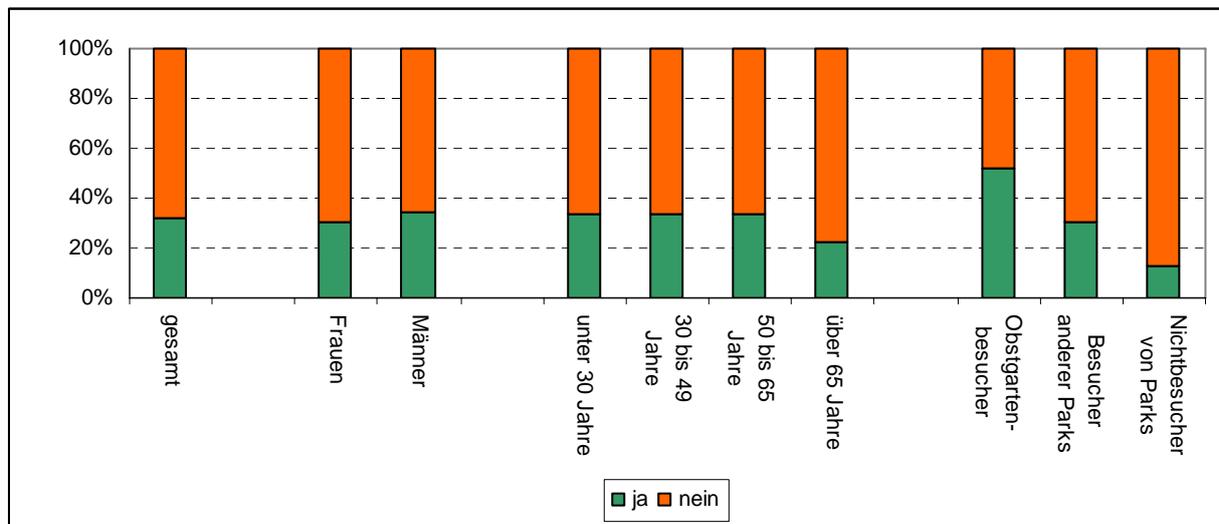
5.8 Mitwirkungsinteresse und Zahlungsbereitschaft

5.8.1 Mitwirkungsinteresse bei der Erhaltung des 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 Heilbronner 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 32 % der Heilbronnerinnen und Heilbronner eine Mitwirkung bei der Erhaltung und Steigerung der Qualität von Stadtparks vorstellen, Männer und Jüngere etwas mehr als Frauen und über 65-Jährige. Mit 52 % zustimmenden Antworten können sich die regelmäßigen Besucherinnen und Besucher des Botanischen Obstgartens überdurchschnittlich häufiger eine Beteiligung vorstellen. Eine besonders hohe Bereitschaft besteht auch bei den Befragten, die weder einen Garten noch einen Balkon oder eine Terrasse nutzen können (50 %). Das geringste Mitwirkungsinteresse haben erwartungsgemäß diejenigen, die nie oder nur äußerst selten Parks aufsuchen (vgl. Abb. 5.53).

Abb. 5.53: Grundsätzliches Mitwirkungsinteresse gesamt sowie nach Geschlecht, Altersgruppen und Parknutzung



Wie Tab. 5.12 zeigt, können sich 80 % der grundsätzlich an einer Beteiligung Interessierten die spontane Mitwirkung bei Einzelaktionen vorstellen. Auch Spenden, die Mitentscheidung bei der Auswahl von alternativen Konzepten und Entwürfen sowie Baumpatenschaften stoßen bei etwa drei Viertel der Befragten auf Zustimmung. Richtig Handanlegen bei der Pflege des Parks bzw. bei dessen Anlage oder Ausbau würden 70 bzw. 68 % der Befragten, die ein grundsätzliches Mitwirkungsinteresse signalisierten. Für deutlich mehr als die Hälfte der an einer Partizipation Interessierten wären die Mitgliedschaft in einem Förderverein oder die Mitwirkung in einem Bewohnerbeirat denkbar. Immerhin ein Drittel der Interessierten wäre bereit, selbst Seminare zu Gartenthemen anzubieten.

Tab. 5.12: Zustimmung zu verschiedenen Formen der Beteiligung gesamt

Beteiligung...	in Prozent
durch Beteiligung an der Pflege	70,1
durch Beteiligung bei der Anlage bzw. beim Ausbau	68,0
durch Baumpatenschaften	72,2
durch Mitentscheidung bei der Auswahl von alternativen Entwürfen/Konzepten	74,2
durch spontane Mitwirkung bei Einzelaktionen	80,4
durch Spenden	78,4
durch eine Mitgliedschaft im Förderverein	57,7
durch Mitbestimmung in einem Bewohnerbeirat	54,6
durch selbst durchgeführte Seminare o.ä. zu Gartenthemen	33,0

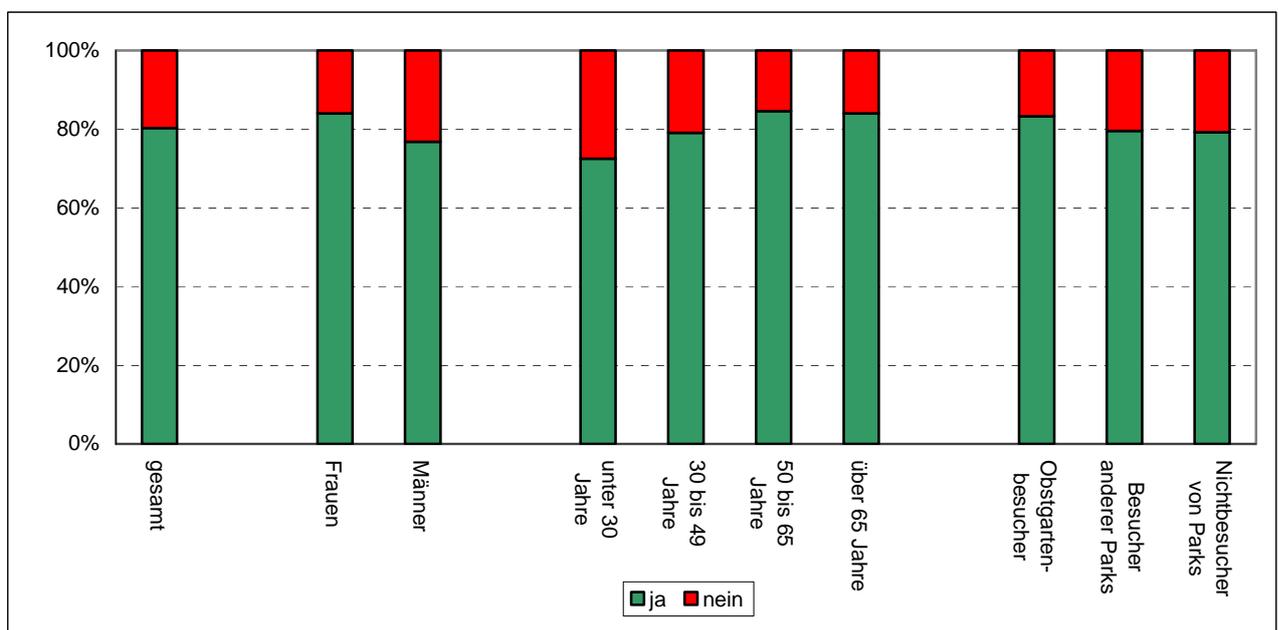
Sonstige Formen der Beteiligung, die von den Befragten offen ergänzt werden sollten, wurden kaum angeführt und betrafen im Wesentlichen die schon genannten Aspekte. Viermal genannt wurde der Aspekt der gezielten Einbindung von verschiedenen Gruppen (z.B. Kinder und Senioren).

5.8.2 Zahlungsbereitschaft für 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 Eintrittspreis der Anlagenpflege und Verbesserung der Parkqualität zugute kommen. Da in Heilbronn für den Botanischen Obstgarten bislang kein Eintritt verlangt wird, sollte in diesem Zusammenhang ermittelt werden, ob die Befragten nach der Umgestaltung des Parks bereit wären, ein Eintrittsgeld zu zahlen. Sofern diese Frage bejaht wurde, sollten die Befragten ferner angeben, wie viel sie bereit wären auszugeben.

80 % aller telefonisch Befragten würden ein Eintrittsgeld zahlen, 20 % lehnten dies ab. Weder das Geschlecht noch das Alter der Befragten oder das Parkbesuchsverhalten hatten dabei einen Einfluss auf die Antworten. Gleiches gilt für die Merkmale Familiensituation, Zugang zu einem Garten oder Erwerbstätigkeit.

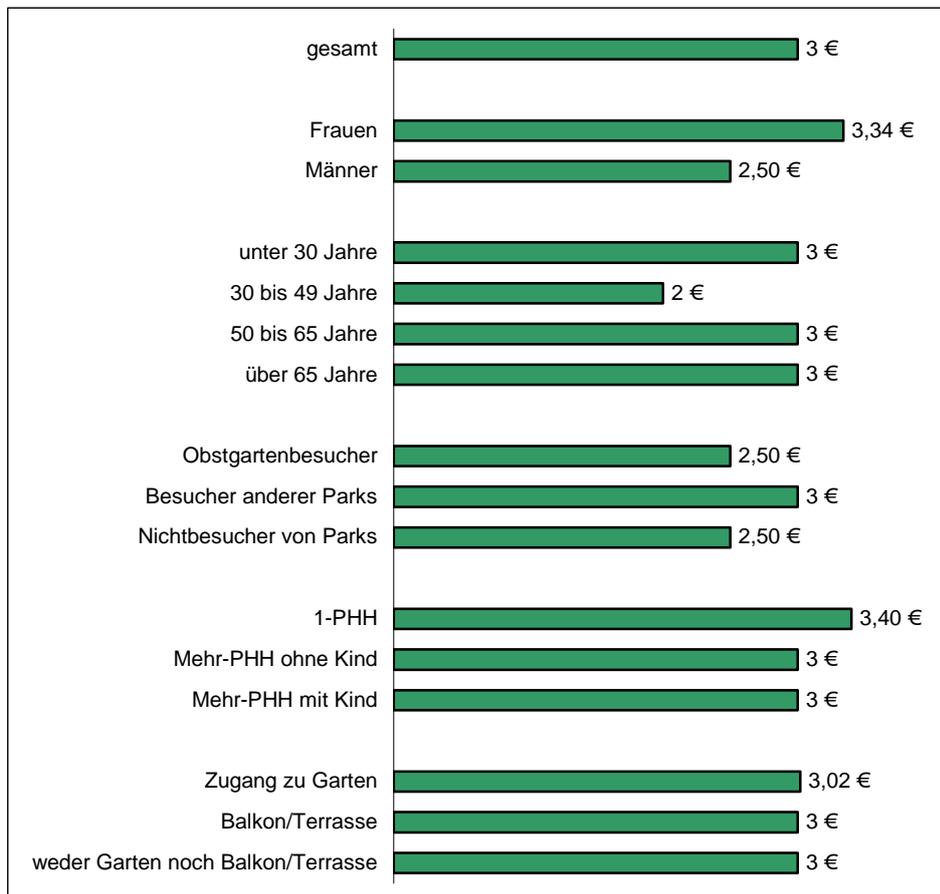
Abb. 5.54: Grundsätzliche Zahlungsbereitschaft gesamt sowie nach Geschlecht, Altersgruppen und Parknutzung



Die offen gestellte Frage danach, wie viel die mit Ja geantworteten Befragten an Eintritt bezahlen würden, weist eine große Spannweite von 80 Cent bis 20 Euro auf. 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 einen für die Befragten akzeptablen Eintrittspreis von 3 Euro.

Wie die Abb. 5.55 zeigt, differieren die angegebenen Werte nur wenig zwischen den verschiedenen Gruppen. Befragte, die bereits aktuell regelmäßig in den Botanischen Obstgarten kommen, wären nur bereit einen Eintrittspreis von etwa 2,50 € zu zahlen.

Abb. 5.55: Akzeptierte Eintrittspreise im Botanischen Obstgarten nach dessen Umgestaltung, Medianwerte



5.8.3 Ergebnisse aus der face to face-Befragung

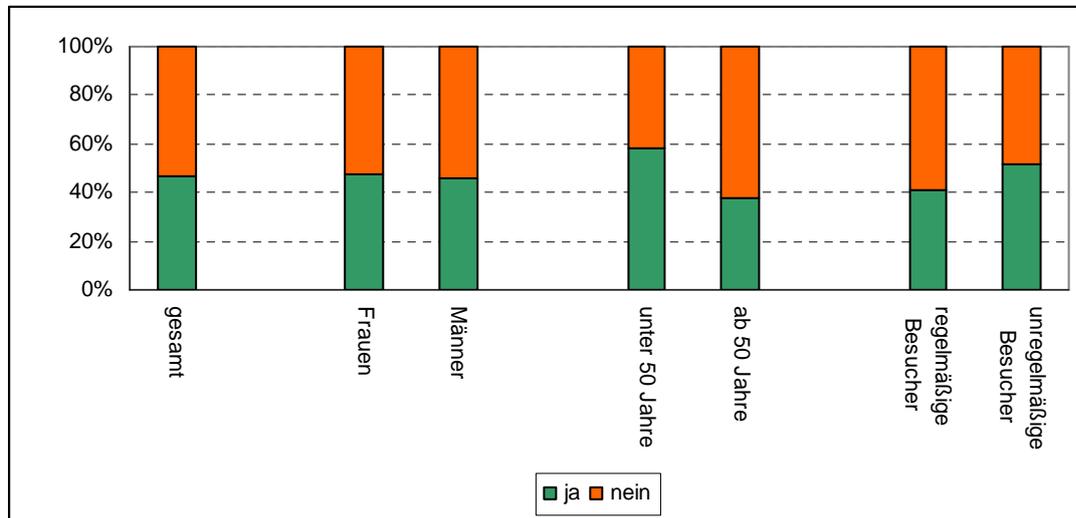
Mitwirkungsinteresse bei der Erhaltung der Qualität von Stadtparks

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 Botanischen Obstgarten zutrifft.

Von den direkt im Botanischen Obstgarten Befragten können sich deutlich mehr – nämlich 47 % – eine Mitwirkung bei der Erhaltung der Qualität von Stadtparks vorstellen, Jüngere mit 59 % deutlich häufiger als Ältere mit 38 % Zustimmung. Auch solche Besucherinnen und

Besucher, die selten in den Botanischen Obstgarten kommen, können sich noch etwas häufiger eine Beteiligung vorstellen als solche, die regelmäßig kommen.

Abb. 5.56: Grundsätzliches Mitwirkungsinteresse gesamt sowie nach Geschlecht, Alter und Regelmäßigkeit des Besuchs des Obstgartens



Die höchste Zustimmung fanden dabei wieder Baumpatenschaften, die spontane Mitwirkung bei Einzelaktionen und Spenden. Auch die aktive Beteiligung bei der Pflege hat bei den direkt im Botanischen Obstgarten Interviewten einen ähnlich hohen Stellenwert wie in der repräsentativen Bevölkerungsbefragung. Gleiches gilt für das Engagement in einem Förderverein und für das Angebot selbst durchgeführter Seminare. Die Beteiligung bei der Anlage bzw. beim Ausbau und die Mitentscheidung alternativer Entwürfe und Konzepte waren im Vergleich zu den telefonisch Befragten dagegen etwas weniger interessant (vgl. Tab. 5.13).

Tab. 5.13: Zustimmung zu verschiedenen Formen der Beteiligung gesamt

Beteiligung...	in Prozent
durch Beteiligung an der Pflege	72,7
durch Beteiligung bei der Anlage bzw. beim Ausbau	39,4
durch Baumpatenschaften	75,8
durch Mitentscheidung bei der Auswahl von alternativen Entwürfen/Konzepten	54,5
durch spontane Mitwirkung bei Einzelaktionen	66,7
durch Spenden	66,7
durch eine Mitgliedschaft im Förderverein	54,5
durch selbst durchgeführte Seminare o.ä. zu Gartenthemen	27,3

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

Bei 91 % der Mitwirkungsbereiten trifft das Beteiligungsinteresse auch speziell auf den Botanischen Obstgarten zu.

Zahlungsbereitschaft für Eintrittspreise

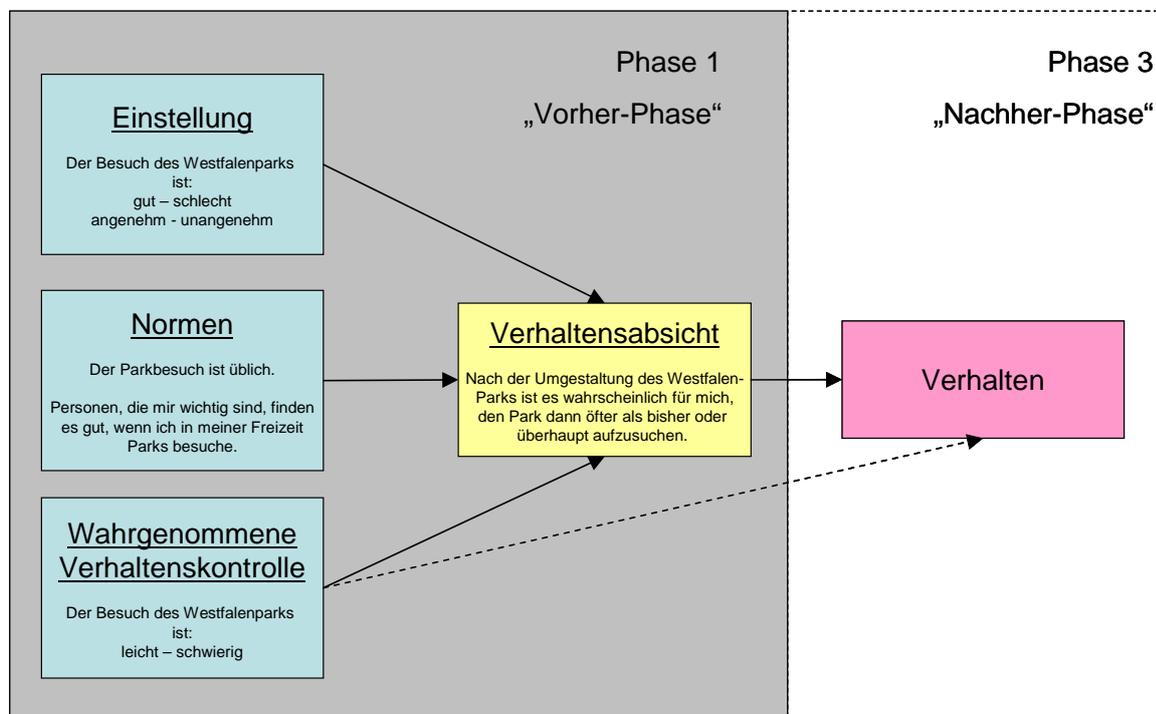
77 % der direkt im Botanischen Obstgarten Befragten würden ein Eintrittsgeld zahlen, 22 % waren in dieser Frage unentschlossen. Nur eine Person lehnte die Zahlung von Eintrittsgeld kategorisch ab.

Die Höhe des Betrags, den die Befragten als Eintrittspreis zahlen würden, variierte zwischen 50 Cent und 5 Euro. Der Median lag hier bei zwei Euro. Im Vergleich zur Heilbronner Wohnbevölkerung liegt die Akzeptanzschwelle einer Eintrittspreishebung hier also 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 Heilbronner Botanischen Obstgarten herangezogen werden. Mit Hilfe des multivariaten Verfahrens der linearen Regression sollen potenzielle Einflussfaktoren im Hinblick auf die Verhaltensabsicht identifiziert werden, den Botanischen Obstgarten nach dessen nachhaltiger Umgestaltung häufiger oder überhaupt aufzusuchen. Für die folgenden Berechnungen wurden ausschließlich die Daten der repräsentativen Bevölkerungsbefragung zugrunde gelegt.

Abb. 5.57: Einflussfaktoren der Verhaltensabsicht nach Ajzen



Im ersten Schritt wurde das originäre Ajzen-Modell auf dessen Erklärungsgehalt hin geprüft (siehe Abb. 5.57). Danach sollten in erweiterten Regressionsmodellen Personenmerkmale bzw. spezifische Einflussfaktoren wie derzeitiges Konsumverhalten und Interesse an Gartenthe-

men im Hinblick auf die Besuchsabsichten bzw. speziell mit Blick auf die verschiedenen Bausteine des Nachhaltigen Stadtparks analysiert werden.

Wie die in Tab. 5.14 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, empfindet ihn ebenso als angenehm. Wenn persönlich wichtige Personen Parkbesuche befürworten, wird der Parkbesuch auch als üblich angesehen. Wird der Besuch als gut eingeschätzt und ist normal, erhöht dies die Wahrscheinlichkeit, den Botanischen Obstgarten nach dessen Umgestaltung häufiger oder überhaupt aufzusuchen.

Tab. 5.14: 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	0,448**	1				
Parkbesuch ist üblich	0,134*	0,167**	1			
Andere finden das gut	0,193**	0,098	0,471**	1		
Parkbesuch ist leicht	0,345**	0,311**	0,011	0,040	1	
Besuch wahrscheinlich	0,187**	0,094	0,206	0,254**	-0,011	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 .098 auf einem recht niedrigen Niveau, d.h. nur 9,8 % der Varianz der Aussage „Wahrscheinlichkeit des Besuchs des Botanischen Obstgartens“ können mit den verwendeten globalen Erklärungsfaktoren erklärt werden. Die Einstellung, dass ein Besuch des Botanischen Obstgartens gut ist (Beta = .125, $p = .05$), und die soziale Norm (Beta = .263, $p < .01$), d.h. persönlich wichtige Menschen befürworten den Besuch, haben aber einen signifikanten Einfluss auf die Absicht, den Botanischen Obstgarten nach seiner Umgestaltung zu besuchen. Mit anderen Worten: Wer den Besuch des Botanischen Obstgartens gut findet und dabei von den persönlich wichtigen Menschen in seinem sozialen Umfeld unterstützt wird, wird den Botanischen Obstgarten nach der Umgestaltung höchstwahrscheinlich aufsuchen.

Wie sich in erweiterten Regressionsmodellen feststellen ließ, haben die Personmerkmale Geschlecht, Alter, Familiensituation und Nutzbarkeit eines privaten Gartens keinen Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit, den Botanischen Obstgarten nach seiner Umgestaltung (häufiger) aufzusuchen. Auch das bisherige Konsumverhalten der Befragten und ihr Interesse an Garten- und Naturthemen beeinflussen nicht diese Verhaltensabsichten.

6 Diskussion und Fazit

6.1 Die wichtigsten Ergebnisse hinsichtlich der Gründe des Besuchs des Botanischen Obstgartens

Wie die Ergebnisse der Befragungen belegen, werden städtische Parks und Grünanlagen von den Bürgerinnen und Bürgern Heilbronn 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 auch dadurch bestimmt, ob Kinder im Haushalt leben oder nicht. Parks bieten Ruhe und Erholung vom Alltag, Sport und Bewegung, frische Luft, Naturerleben und Kommunikationsmöglichkeiten. Sie gefallen aufgrund ihrer Gestaltung, sind zur Beschäftigung mit den Kindern besonders geeignet und geben das Gefühl, draußen und weg vom alltäglichen Stress zu sein. Insbesondere für diejenigen, die keinen privaten Garten nutzen können, haben Parks eine Ersatzfunktion. Aber auch Nutzer von privaten Gärten, die deren Privatheit und individuelle Gestaltungsmöglichkeiten schätzen, suchen in ihrer Freizeit Parks und Grünanlagen auf.

Speziell der Botanische Obstgarten ist in Heilbronn noch wenig bekannt. Mehr als die Hälfte derjenigen Befragten, die ihn bislang nicht nutzen, gab an, den Botanischen Obstgarten nicht zu kennen. Die meisten Heilbronnerinnen und Heilbronner bevorzugten in ihrer Freizeit andere Heilbronner Parkanlagen wie den Wertwiesen- und den Pfühlpark und begründeten dies vornehmlich mit deren persönlich besserer Erreichbarkeit.

Diejenigen 14 % der Bürgerinnen und Bürger, die regelmäßig den Botanischen Obstgarten besuchen, kommen hauptsächlich aus (fachlichem) Interesse an Natur und Botanik. Sie interessieren sich bei ihren Spaziergängen für die Bepflanzung und die Gartenanlage und erwarten Anregungen für den eigenen Garten. Die regelmäßig stattfindenden Marktveranstaltungen stellen ebenfalls einen häufig genannten Anlass für den Besuch dar. Damit unterscheiden sich die Motive für den Besuch des Botanischen Obstgartens von denen anderer Parks: Zwar spielt auch in Bezug auf den Botanischen Obstgarten das Bestreben nach Erholung und Entspannung eine Rolle, größer noch ist aber das Bedürfnis nach Information und Fortbildung. Das Obst-Arboretum und die historischen Gartenlauben zählen zu den besonderen Attraktionen des Obstgartens für seine Besucherinnen und Besucher, die als schön, idyllisch und romantisch beschrieben werden.

Die Einstellungen zum Botanischen Obstgarten sind durchweg positiv. Etwa zwei Drittel seiner regelmäßigen Besucherinnen und Besucher nehmen ihn als Heilbronner Sehenswürdigkeit wahr, die sie z.B. Freunden und Verwandten gern vorführen.

Gleichwohl lassen sich anhand der Befragungsergebnisse auch Verbesserungsbedarfe formulieren: Diese betreffen eine größere Vielfalt an Pflanzen und Pflanzenattraktionen, mehr Spiel- und Beschäftigungsmöglichkeiten für Kinder, Gestaltungselemente mit Wasser und eine bessere Informationsweitergabe durch Hinweistafeln und Beschriftungen. Auch das

Vorhandensein eines kleinen Cafés o. ä. und das Bereitstellen weiterer Sitzmöglichkeiten zum Ausruhen und Entspannen würden von den Besucherinnen und Besuchern begrüßt werden.

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 Heilbronner Bürgerinnen und Bürgern, aber auch den aktuellen Besucherinnen und Besuchern des Botanischen Obstgartens vorgestellt und hinsichtlich ihrer Akzeptanz seitens der Bewohner- und der Besucherschaft überprüft. D.h. es sollte ermittelt werden, ob die Umges-

taltung des Botanischen Obstgartens in einen Nachhaltigen Stadtpark auf Resonanz und Interesse der verschiedenen Zielgruppen trifft.

Das Publikum des Botanischen Obstgartens schätzt dessen gartenbauliche und -architektonische Gestaltung. Dafür spricht, dass die Besucherinnen und Besucher die Anordnung der Bepflanzung, das Obst-Arboretum und die historischen Gartenhäuschen häufig als Aspekte benennen, die ihnen besonders gut gefallen und die Motive für ihren Besuch darstellen. Angebote und Veranstaltungen zu Natur- und Gartenthemen wie beispielsweise der Herbstmarkt werden als Anlässe für den Besuch des Botanischen Obstgartens angesehen. Betrachtet man die Verbesserungswünsche der Heilbronner Bevölkerung gegenüber dem Botanischen Obstgarten, so zeigt sich ebenfalls der Wunsch nach mehr (Pflanzen)Attraktionen und Vielfalt.

Das Interesse der Bewohnerinnen und Bewohner sowie der Besucherinnen und Besucher an einer ansprechenden Bepflanzung des Botanischen Obstgartens kann folglich als hoch eingeschätzt werden und betrifft auch die kalte Jahreszeit. Dies spiegelt sich in dem Ergebnis wider, dass 68 % der Heilbronnerinnen und Heilbronner die Möglichkeit, auch im Winter blühende Pflanzen zu betrachten, als Grund für einen Besuch des Botanischen Obstgartens ansähen. Ein überdurchschnittlich hohes Interesse äußerten in diesem Zusammenhang Frauen und bereits aktuell regelmäßig den Botanischen Obstgarten Besuchende. Gleichwohl sähen auch große Teile der bisherigen Nichtbesucher von Parks (54 %) bzw. des Botanischen Obstgartens (67 %) darin ein Motiv für ihren Besuch. Damit stellt der Attraktivitätsgewinn im Winter diejenige Komponente des Nachhaltigen Stadtparks dar, die von der Bevölkerung Heilbronns den größten Zuspruch erhält.

Zu den weiteren Konzeptelementen des Nachhaltigen Stadtparks gehört die Aufzucht und Entnahme von Pflanzenerzeugnissen zu Verkaufszwecken. Der Abverkauf von im Botanischen Obstgarten erzeugten Garten- und Balkonpflanzen würde für mehr als 56 % der Heilbronnerinnen und Heilbronner den Parkbesuch bereichern, noch größer ist wieder das Interesse der aktuellen Obstgartenbesucher. Im Park angebaute Schnittblumen und Blumensträuße zu erwerben, könnten sich 51 % der Befragten vorstellen.

Mit 56 % ebenfalls recht hoch ist das Interesse der Heilbronner Wohnbevölkerung, in den Restaurants und Cafés besondere Speisen und Getränke mit Produkten aus dem Botanischen Obstgarten probieren zu können.

Das Interesse an Pflanzen und Gartenthemen korrespondiert mit dem Wunsch nach neuen Erfahrungen und Wissenserwerb. Die Möglichkeiten, die der Botanische Obstgarten bislang in dieser Hinsicht bietet, werden als ausbaufähig befunden. Dies zeigt sich insbesondere darin, dass das Bedürfnis, im Park Neues zu erfahren und sich fortzubilden, im Vergleich zu anderen an den Botanischen Obstgarten gestellten Ansprüchen schlechter bewertet wurde. Einen weiteren Hinweis liefert das Ergebnis, dass 77 % der aktuell im Botanischen Obstgarten angetroffenen Besucherinnen und Besucher an Führungen interessiert wären. Veranstaltungen und Weiterbildungsangebote zu Garten- und Naturthemen fänden daher bei 52 % der befragten Bürgerinnen und Bürger und bei 77 % der interviewten Besucherinnen und Besucher Zustimmung. Besonderes Interesse äußerten vor allem diejenigen, die gerne mehr über in unseren Breiten wachsende Pflanzen aus Garten und Natur erfahren würden. Zwar spricht das beabsichtigte Veranstaltungskonzept wieder überdurchschnittlich viele regelmäßige Obstgartenbesucher an, aber auch Heilbronnerinnen und Heilbronner, die sich bislang lieber

im eigenen Garten oder in anderen Parks aufhalten, könnten sich vorstellen, solche Angebote zu nutzen.

Eine Pflanzenwerkstatt, in der Kunsthandwerkliches und Wellnessprodukte aus Pflanzen selbst hergestellt werden können bzw. auch zum Verkauf angeboten werden, trafe bei etwa 24 bzw. 39 % der Befragten der Bevölkerungsumfrage auf Nachfrage.

Alles in allem gesehen würde die Umgestaltung des Heilbronner Botanischen Obstgartens 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 Obstgarten Besuchenden zumeist höher ist als in den übrigen Gruppen, es wird aber auch deutlich, dass die so gewonnene Zunahme an Attraktivität und Angebotsqualität alle Zielgruppen anspricht – dabei auch solche, die bislang (noch) nicht zu den regelmäßigen Besucherinnen und Besuchern des Obstgartens gehören. So halten es 57 % der Heilbronner Bürgerinnen und Bürger, die den Botanischen Obstgarten bereits aktuell regelmäßig aufsuchen, für (sehr) wahrscheinlich den Park dann öfter aufzusuchen, wenn in einem Teil des Botanischen Obstgartens das ganze Jahr über blühende Pflanzen zu sehen und an Markttagen im Park angebaute Schnittblumen und Pflanzen für Garten und Balkon zu erwerben wären. Mit 58 % ähnlich viele Befragte, die bislang eher andere Heilbronner Parkanlagen aufsuchen, und immerhin 48 % derjenigen Befragten, die bislang überhaupt keine Parks aufsuchen, spräche der neu konzipierte Nachhaltige Botanische Obstgarten dann ebenfalls an.

Auch die Möglichkeit, an der Erhaltung und Steigerung der Qualität von Stadtparks mitzuwirken, stößt bei 32 % der telefonisch Befragten auf Zustimmung, bei Männern, jüngeren Befragten und aktuellen Obstgartennutzern noch häufiger als bei den Frauen, Älteren und den daran aktuell wenig interessierten Nichtbesuchern von Parks. Dabei lassen sich unterschiedliche Formen der Beteiligung festhalten: Die spontane Mitwirkung bei Einzelaktionen, das Spenden sowie das Mitentscheiden bei der Auswahl alternativer Entwürfe und Konzepte sind die präferierten Formen einer Beteiligung. Aber auch die Beteiligung bei der Pflege und beim Ausbau der Anlage käme für etwa zwei Drittel der an einer Mitwirkung Interessierten in Betracht. Knapp 58 % der an einer Mitwirkung Interessierten könnten sich die Mitgliedschaft in einem Förderverein vorstellen.

80 % der telefonisch Befragten und 77 % der direkt im Botanischen Obstgarten Interviewten wären darüber hinaus bereit, einen Eintrittspreis für die Pflege einer Anlage zu akzeptieren, in der es das ganze Jahr über blüht. Der Preis für eine Tageskarte könnte zwischen zwei bis drei Euro liegen, wobei die direkt im Obstgarten Interviewten nur einem Eintrittspreis von etwa zwei Euro zustimmen würden.

Resümierend scheint das Konzept des Nachhaltigen Stadtparks im Botanischen Obstgarten 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 Heilbronner Bevölkerung – dabei

auch von solchen Befragten, die bislang nicht zu den regelmäßigen Besuchern des Botanischen Obstgartens gehören. Allerdings ist es sicherlich notwendig, dass die Obstgartenbetreiber zum einen die Konzeptideen mit den Wünschen und Bedürfnissen der Besucher verbinden und zum anderen diese Konzeptideen auch kommunizieren, um die Bekanntheit des Botanischen Obstgartens zu erhöhen.

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.
- 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 Gartennamnt*, 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.
- 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