

Nachhaltige Stadtparks

Der Erfolg eines neuen städtischen Grünflächenkonzepts aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer



ISBN 978-3-941140-07-3

IWU-Bestellnummer 04/09

Sozialwissenschaftlicher Abschlussbericht im Rahmen des Forschungsverbunds "Nachhaltige Stadtparks mit neuen Erlebnisqualitäten zur Verbesserung der Lebensqualität in der Stadt und des städtischen Wohnumfelds"

Das diesem Bericht zugrundeliegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen 19W3001B gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt beim Autor.

Autoren: Ulrike Hacke und Günter Lohmann

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

Bildquelle Titelseite: eigene Aufnahmen

Darmstadt, März 2009



Nachhaltige Stadtparks

Der Erfolg eines neuen städtischen Grünflächentyps aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer

Inhalt

1	Einleitung	1
TE	IL I - Konzept und Methoden	
2	Das Konzept Nachhaltiger Stadtpark	5
3	Das Forschungsprojekt	7
	3.1 Der Forschungsverbund	7
	3.2 Die Parks	8
	3.2.1 Der Westfalenpark Dortmund	8
	3.2.2 Der Botanische Obstgarten Heilbronn	9
	3.2.3 Der Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof Weinheim	11
4	Der sozialwissenschaftliche Forschungsansatz - Theorie und Methodik	12
5	Die Stichproben	15
TE	IL II - Ausgangssituation	
6	Stellenwert und Funktion von Parks für die Stadtbevölkerung	21
	6.1 Subjektive Wichtigkeit von öffentlichen Park- und Grünanlagen	21
	6.2 Besuchsgewohnheiten und Besuchsmotive	22
	6.3 Gründe für den Nichtbesuch von Parks	26
7	Das Interesse an Garten- und Naturthemen	27
8	Gewohnheiten beim Kauf von Schnittblumen und Obst und Gemüse	29
9	Mitwirkungsinteresse und Zahlungsbereitschaft	32
10	Die Chancen des Nachhaltigen Stadtparks vor der Realisierung in den beiden Modellanlagen	34
TE	IL III - Akzeptanz des Nachhaltigen Stadtparks	
11	Die Nutzung des Nachhaltigen Stadtparks Florians Garten	43
	11.1 Besuchsgewohnheiten und Besuchsmotive	43
	11.2 Die Akzeptanz des Nachhaltigen Stadtparks Florians Garten	46
	11.3Verbesserungswünsche der Nutzerinnen und Nutzer	49

	11.4 Erfolgsbewertung des Konzepts in Dortmund	49
12	Die Nutzung des Nachhaltigen Stadtparks Botanischer Obstgarten Heilbronn	52
	12.1 Besuchsgewohnheiten und Besuchsmotive	52
	12.2 Die Akzeptanz des Nachhaltigen Stadtparks	55
	12.3 Verbesserungswünsche der Nutzerinnen und Nutzer	59
	12.4 Erfolgsbewertung des Konzepts Nachhaltiger Stadtpark in Heilbronn	60
13	Exkurs: Die Nutzung des Hermannshofes in Weinheim	61
14	Nutzungsvielfalt im Nachhaltigen Stadtpark	67
	14.1 Bildung einer Besuchertypologie mit Hilfe von Clusteranalysen	71
	14.1.1 Typologie der Besucherinnen und Besucher des Botanischen Obstgartens	72
	14.1.2 Typologie der Besucherinnen und Besucher des Florians Garten im Westfalenpark	73
	14.2 Die ältere Generation	75
	14.3 Frauen und Männer	78
	14.4 Besitzerinnen und Besitzer eines privaten Gartens	79
	14.5 Familien mit Kindern	80
	14.6 Verschiedene Kulturen	82
15	Synoptische Betrachtung der Akzeptanz des Nachhaltigen Stadtparks	82
TE	IL IV - Zusammenfassung	
16	Zusammenfassung	87
TE	IL V - Literaturnachweis und Verzeichnisse	
17	Literaturnachweis und Verzeichnisse	93
Tab	pellenverzeichnis	93
Abl	bildungsverzeichnis	94

1 Einleitung

Maßnahmen zur Verbesserung des Wohnumfeldes 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 aber sind die zur Verfügung stehenden kommunalen Ressourcen begrenzt. In dieser Situation einerseits erhöhter Anforderungen an die Qualität bei andererseits abnehmenden finanziellen Spielräumen stellt sich die Frage nach neuen Konzepten.

Eines davon ist das an der Universität Karlsruhe entwickelte Konzept des Nachhaltigen Stadtparks, welches ausdrücklich die zukunftsverträgliche Aufwertung städtischer Parkanlagen zum Ziel hat. Bevor ein solches, bis dato nur im theoretischen Entwurf vorliegendes Konzept jedoch in den Kommunen Anwendung finden kann, musste es einem umfassenden Praxistest unterzogen werden. Im Rahmen des Forschungsverbundes "Nachhaltige Stadtparks" wurde daher modellhaft im Botanischen Obstgarten Heilbronn und im Westfalenpark Dortmund der neue öffentliche Grünflächentyp Nachhaltiger Stadtpark entwickelt, erprobt und wissenschaftlich evaluiert. Der Nachhaltige Stadtpark - so wie er auch begrifflich neu definiert wurde - soll neue Wege der Parkbewirtschaftung aufzeigen, indem er die wichtige Erholungsfunktion von städtischen Parks und Grünanlagen mit Konsumangeboten und Weiterbildungsmöglichkeiten zum Zwecke der Einnahmenerzielung und unter Berücksichtigung der Nutzerbedürfnisse nach Partizipation und Integration verbindet. Darüber hinaus leistet er einen Beitrag zum Erhalt der Biodiversität, weil Gartenpflanzen in ihrer gesamten Sortimentsbreite gezeigt werden können. Der Nachhaltige Stadtpark zeichnet sich dementsprechend durch eine funktionale Vielfalt aus.

Entsprechend der Dreidimensionalität des Themas, ökologische, ökonomische und soziale Forschungsfragen zu verbinden, wurde das vom Bundesforschungsministerium finanziell geförderte Vorhaben von drei Forschungseinrichtungen begleitet. Federführend war das Institut für Regionalwissenschaft der Universität Karlsruhe für die Verbundkoordination und die Bearbeitung der ökologischen Dimension zuständig. Die Agentur für Organisation und Kooperationsdesign Saarbrücken befasste sich mit den ökonomisch-organisatorischen Fragestellungen. Das Institut Wohnen und Umwelt widmete sich schließlich der Perspektive der Nutzerinnen und Nutzer.

Die hier vorliegende Publikation stellt den separaten Schlussbericht des sozialwissenschaftlichen Teilprojekts dar. Im Mittelpunkt des Berichts stehen die Erkenntnisse aus Befragungen von insgesamt etwa 1.700 Personen, die in den beiden Untersuchungsstädten Dortmund und Heilbronn, in den beiden Modellanlagen, aber auch im als Vergleichspark dem Forschungsverbund angehörenden Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof in Weinheim/Bergstraße befragt worden sind. Ziele der empirischen Untersuchungen waren es, die individuellen Einstellungen, Motive und Bedürfnisse für den Besuch von Parks zu ermitteln, eventuelle Hinderungsgründe für den Parkbesuch zu identifizieren und schließlich die Akzeptanz des Nachhaltigen Stadtparks bei der Stadtbevölkerung und der Besucherschaft der beiden Modellanlagen zu ermitteln.

Im Rahmen des Forschungsverbundes ist eine ganze Reihe weiterer Publikationen erschienen. Für einen umfassenden Überblick sei auf das Handbuch "Nachhaltige Stadtparks - Konzept und Praxisbeispiele" (Lein-Kottmeier et al. 2008) verwiesen.

Teil I Konzept und Methoden

2 Das Konzept Nachhaltiger Stadtpark

Das am dreidimensionalen Leitbild der nachhaltigen Entwicklung¹ orientierte Konzept des Nachhaltigen Stadtparks stellt einen neuen städtischen Grünflächentyp dar, der sowohl die ökologische als auch die ökonomische und die soziale Perspektive integriert. Bei der Formulierung der Konzeptziele stehen der Erhalt bzw. die Wiederbelebung der vielfältigen Aufgaben öffentlicher Park- und Grünanlagen zum Nutzen der Menschen im Mittelpunkt. Vor dem Hintergrund der finanziellen Schwierigkeiten vieler Kommunen soll dies insbesondere durch neue Wege in der Parkbewirtschaftung erfolgen. Der Nachhaltige Stadtpark – so wie er auch begrifflich neu definiert wurde – kombiniert dabei die wichtige Erholungsfunktion von städtischen Park- und Grünanlagen mit Konsumangeboten und Umweltbildungsmöglichkeiten zum Zwecke der Einnahmenerzielung und unter Berücksichtigung der Nutzerbedürfnisse nach Persönlichkeitsentwicklung, Partizipation und Integration.

Tab. 2.1: Die drei Dimensionen des Nachhaltigen Stadtparks im Überblick

Ökologische und plane- risch-gestalterische Di- mension	Der Nachhaltige Stadtpark bietet das ganze Jahr über attraktive Blühflächen heimischer Gartenpflanzen, die mit allen Sinnen genossen werden können. Gleichzeitig wird so ein Beitrag zur Erhaltung der Biodiversität geleistet, weil Gartenpflanzen in ihrer ganzen Sortimentsvielfalt gezeigt und in Teilen der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden können. Hinzu kommt, 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 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 und eigenen Lern- und Gestaltungsmöglichkeiten. Darüber hinaus verfolgt das Konzept partizipatorische Ansätze. Wichtige Rollen spielen dabei lokale Netzwerke oder Fördervereine, die alle am Park Beteiligten und Interessierten integrieren sollen.

Der Nachhaltige Stadtpark zeichnet sich dementsprechend durch funktionale Vielfalt aus:

Er vereint die traditionellen Leitbilder der Parkgestaltung (vgl. Milchert 1985), wobei auf eine besondere Reichhaltigkeit der botanischen Ausstattung Wert gelegt wird. In jedem Monat des Jahres blüht etwas anderes. Die Gartenpflanzen sind so ausgewählt, dass ihre verschiedenen Düfte, Farben und Formen allen Sinnen etwas bieten. Gleichzeitig wird damit ein Beitrag zum Erhalt biologischer Vielfalt geleistet.

Im Park können Staffeleien, Stative oder Klappstühle ausgeliehen werden, 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.

-

¹ vgl. Deutscher Bundestag 1998, S. 32 ff

Der Nachhaltige Stadtpark soll außerdem offen für Veränderungen sein. Wünsche, die die Pflanzenausstattung oder die Veranstaltungen und Weiterbildungsangebote zu Gartenthemen betreffen, sollen Berücksichtigung finden können. Im Park können Bevölkerungsgruppen unterschiedlicher Kulturen zusammentreffen, deren gemeinsames Interesse an der Pflanzenwelt möglicherweise integrierend wirkt. Lokale Netzwerke oder Fördervereine bieten Gelegenheit für Engagement der unterschiedlichsten Art.

Die Grünfläche kann zudem mit einem Schulgarten kombiniert werden, in dem die Schülerinnen und Schüler unter Anleitung Pflanzaktionen durchführen und Gartenpflege praktizieren können.

Ein weiteres mögliches Angebot ist eine Gartenberatung mit Tipps und Anregungen für den eigenen Garten. Vielfältiges und detailliertes Wissen zum kulturellen Erbe "Gartenpflanzen" kann anschaulich vermittelt werden. Auch die Gartenbranche könnte von einem solchen Lehrangebot profitieren und daran mitwirken.

Die kontinuierlich über das ganze Jahr vorhandenen blühenden Gartenflächen sind genügend groß und abwechslungsreich bepflanzt, so dass in ihnen – wie sonst nur im privaten Garten – geerntet werden kann. Dies geschieht durch Fachpersonal in einem Umfang, der den optischen Eindruck der Parkanlage nicht schmälert. 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 Gerichte mit besonderen Kräutern oder Früchten serviert. Teile des vorhandenen mengen- und sortenreichen Fundus können für Bildungsangebote oder kunsthandwerkliche Arbeiten in einer Pflanzenwerkstatt verwendet werden. Auch Produkte wie Lavendelöl, Tinkturen oder Teemischungen können hier hergestellt werden.

Die Nutzung der Wuchskraft der Pflanzen für wirtschaftliche Zwecke in einem öffentlichen Parkgelände ist ein zentraler Aspekt des Konzepts des Nachhaltigen Stadtparks (vgl. Ostmann & Vogt 2004), welches ihn von traditionellen Parkanlagen unterscheidet. Mit den erzielten Einnahmen aus Konsum- und Bildungsangeboten sollen die nötigen Mittel für die erhöhte Pflegetätigkeit erwirtschaftet werden.

Der neue Grünflächentyp kann dazu beitragen, soziale oder gestalterische Problemgebiete in einer Stadt aufzuwerten, eine neue Wohnumfeldgestaltung anzuregen, vorhandene monofunktionale Flächen (z.B. Brachflächen) 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.

3 Das Forschungsprojekt

Anstrengungen zur Verbesserung des Wohnumfelds und der Wohnqualität sind für viele Städte bestimmend, um als (Wohn)Standort attraktiv und nachgefragt zu bleiben. Das bezieht in besonderem Maße öffentliche Grünflächen und Parkanlagen ein. Zugleich sind die dafür zur Verfügung stehenden kommunalen Mittel häufig begrenzt. In dieser Situation erhöhter Anforderungen an die Qualität bei abnehmenden finanziellen Ressourcen stellt sich die Frage nach neuen Konzepten. Als eines davon kann das Konzept des Nachhaltigen Stadtparks angesehen werden, weil es ausdrücklich eine ästhetische Aufwertung städtischer Grünanlagen zum Ziel hat. Der dabei anfallende erhöhte Pflegebedarf soll durch neue Wege in der Parkbewirtschaftung gedeckt werden.

Bevor ein Nachhaltiger Stadtpark jedoch in den Kommunen Anwendung finden kann, war es notwendig zu überprüfen, ob dieses Konzept für die kommunale Praxis taugt. Dazu wurde mit finanzieller Förderung des Bundesforschungsministeriums ein Forschungsverbund eingerichtet, dessen Ziel es war, einen Entwurf des Nachhaltigen Stadtparks bis zur Umsetzungsreife zu entwickeln, ihn in einem Praxistest zu erproben, den Erfolg zu messen und ggf. Verbesserungsempfehlungen zu formulieren.

3.1 Der Forschungsverbund

Im Rahmen des Forschungsvorhabens wurde der neue Grünflächentyp in den beiden sehr unterschiedlichen öffentlichen Parkanlagen – dem Botanischen Obstgarten Heilbronn (BOG) und dem Westfalenpark Dortmund (WP) – modellhaft umgesetzt und evaluiert. Der Dreidimensionalität des Konzepts Nachhaltiger Stadtpark (Ökologie, Ökonomie, Soziales) gemäß wurde die Umsetzung von drei entsprechend fachlich ausgerichteten Forschungseinrichtungen begleitet:

Das federführende Institut für Regionalwissenschaft der Universität Karlsruhe (IfR), in dem die Idee zum Nachhaltigen Stadtpark entstand, koordinierte die Arbeiten im Verbund und war verantwortlich für die Entwicklung und Erfolgskontrolle der ökologischen und gestalterischplanerischen Komponenten des Nachhaltigen Stadtparks.

Die Agentur für Organisation und Kooperationsdesign Saarbrücken (AfOK) bearbeitete die ökonomisch-organisatorischen Fragestellungen im Zusammenhang mit der Realisierung des Nachhaltigen Stadtparks. Dazu gehörten beispielsweise die Ermittlung der Kostenstrukturen für den Gartenbetrieb/die Gartenverwaltung, die Prognose der Einnahmemöglichkeiten für unterschiedliche Parkgrößen und die Entwicklung der Ernte-Pflege-Datenbank EP-Dat, die Pflanzeninventare und Ernte- und Pflegetätigkeiten verwaltet.

Aufgabe des Instituts Wohnen und Umwelt Darmstadt (IWU) war die sozialwissenschaftlichen Begleitforschung. Dazu zählte zum einen eine Bestandsaufnahme des bisherigen Wissens über die (psychologischen) Wirkungen der Natur auf den Menschen in der Stadt in Form einer Expertise (siehe Flade 2004). Zum anderen beinhaltete dieses Teilprojekt die Durchführung empirischer Untersuchungen zur Überprüfung der Akzeptanz des Konzepts Nachhaltiger Stadtpark bei den Nutzerinnen und Nutzern.

Abb. 3.1: Der Forschungsverbund mit Praxispartnern



Zu den beiden Modellanlagen wurde als weiterer Praxispartner der Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof Weinheim einbezogen, der als Vergleichspark teils als Vorbild und teils zur Absicherung der Erkenntnisse diente.

3.2 Die Parks

3.2.1 Der Westfalenpark Dortmund

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

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

Eine neue Attraktion sollen die insgesamt etwa sechs Hektar umfassenden Flächen werden, auf denen die Ideen des Nachhaltigen Stadtparks umgesetzt wurden. Unter dem Titel Flori-

ans Garten wird hier zu allen Jahreszeiten eine blühende Pflanzenvielfalt dargeboten. Die Flächen zeigen jeweils eine Haupt- und eine Nebenblüte und sind groß genug, um ohne Schmälerung des Gesamteindruckes beerntet werden zu können. Die erzeugten Produkte sollen später in den angeschlossenen Betrieben (Restaurants, Verkaufsflächen in den Eingangsbereichen) vermarktet werden². Fortbildungen, Märkte und Veranstaltungen zu Gartenthemen runden das Angebot ab.

Florians Garten wurde mit der erstmaligen Präsentation der Frühlingsflächen im April 2008 unter großem Publikumsandrang eröffnet.



Abb. 3.2: Übersichtsplan des Westfalenparks

Quelle: Stadt Dortmund

Für den Besuch des Westfalenparks wird ein Eintritt erhoben, eine Tageskarte für Erwachsene kostet zwei Euro. Darüber hinaus können Familien- oder Jahrestickets erworben werden.

Der Park ist verkehrsgünstig direkt an einer U-Bahn-Haltestelle gelegen. Er ist das ganze Jahr über geöffnet und kann täglich von 9 Uhr (Sommer)/10 Uhr (Winter) bis 23 Uhr besucht werden.

3.2.2 Der Botanische Obstgarten Heilbronn

Die Geschichte des zwei Hektar großen Botanischen Obstgartens am Fuß des Wartbergs im Nordosten Heilbronns reicht zurück bis ins 19. Jahrhundert. Doch erst seit der Gründung des Fördervereins Garten- und Baukultur Heilbronn e.V. im Jahr 1999, der den Obstgarten in einer Public-Private-Partnership mit der Stadt Heilbronn betreut, nahm der Botanische Obstgarten Gestalt an.

² Zum Zeitpunkt der Berichtslegung dauerten die Arbeiten am Florians Garten noch an.

Abb. 3.3: Luftaufnahme des Botanischen Obstgartens (vor der Umgestaltung)



Quelle: Grünflächenamt der Stadt Heilbronn

Der Botanische Obstgarten beherbergt regionale Obstgehölze, seltene Beerenobstsorten, Ziergehölze, Staudenbeete und einen Kräuter- und Insektengarten. Eine 600 m² große Demonstrationsfläche wird zudem jährlich neu bepflanzt – mit verschiedenen Getreidearten, Ackerwildkräutern oder als Pflückfeld mit Blumen zum Selbstschneiden. Einen besonderen Reiz machen die historischen Gartenhäuser und Lauben aus verschiedenen Zeitepochen aus. Die renovierten Gebäude beherbergen die Jugendkunstschule, eine Veranstaltungshalle und Künstlerwerkstätten. Der gesamte Botanische Obstgarten wurde im Rahmen des Modellprojekts in einen Nachhaltigen Stadtpark umgestaltet.

Abb. 3.4: Historische Achteck-Laube vor und nach der Umgestaltung des BOG³





Im Botanischen Obstgarten finden über das Jahr verteilt verschiedene Märkte – immer mit regionalem Bezug – statt. Der Besuch des Botanischen Obstgartens ist kostenlos.

 $^{^3}$ Im rechten Bild ist links unten eine Stele zu sehen, die Hintergrundinformationen zum Gartenhaus bereithält.

3.2.3 Der Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof Weinheim

Der Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof ist eine 2,2 ha große private Parkanlage mit klassizistischem Herrenhaus. Er blickt auf eine über 200 Jahre alte Gartentradition zurück und befindet sich seit 1888 im Besitz der Industriellenfamilie Freudenberg. 1983 wurde das ehemals privat genutzte Gartengelände als Schau- und Sichtungsgarten für Stauden der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Der Hermannshof zählt heute zu den lehrreichsten Gärten in Deutschland. Seine klimatisch günstige Lage (westlich des Odenwaldes in der Nähe der Bergstraße) ermöglicht die Kultur einer großen Pflanzenvielfalt. So findet man im Hermannshof über 2500 Staudenarten und -sorten sowie alte, in Deutschland z. T. sehr seltene Gehölze.

Sehenswerte Gehölze

1 Brautmyrte
2 Kiwi (40 Jahre)
3 Orientalische Platane (230 Jahre)
4 Ahornblättrige Platane (230 Jahre)
5 Ginkgo (110 Jahre)
6 Urweltmammutbaum (50 Jahre)
7 Yulan-Magnolie (110 Jahre)
7 Yulan-Magnolie (110 Jahre)

Abb. 3.5: Übersichtsplan des Schau- und Sichtungsgartens Hermannshof Weinheim

Quelle: Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof Weinheim

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

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

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

4 Der sozialwissenschaftliche Forschungsansatz - Theorie und Methodik

Ein wesentlicher Baustein des Konzepts Nachhaltiger Stadtpark ist die Orientierung an den Bedürfnissen und Interessen der Nutzerinnen und Nutzer. Dementsprechend ist die Betrachtung der Akzeptanz dieses Konzepts unbedingter Bestandteil einer umfassenden Erfolgskontrolle. Vorrangig galt es dabei die Fragen zu beantworten, ob der Nachhaltige Stadtpark auf positive Resonanz bei den Nutzerinnen und Nutzern stößt und welche Motive dem zugrunde liegen.

Wie die im Rahmen des Forschungsvorhabens erstellte Expertise von Flade (2004) dokumentiert, liefert die Literatur eine Fülle von theoretischen Ansätzen und Konzepten, die die Wertschätzung natürlicher Umwelten, ihre psychologischen Wirkungen auf den Menschen und den Erfolg von öffentlichen Parkanlagen erfassen und analysieren. Gemeinsam ist ihnen, dass sie menschliches Erleben und Verhalten über den Einzelfall hinaus erklären und verallgemeinerbare Aussagen erlauben. In die Konzeption der vorliegenden Untersuchung flossen daraus vor allem zwei theoretische Ansätze ein: Zum einen wurde angenommen, 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 zweckmäßig 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 (Theory of Planned Behavior, TOPB, 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).

Einstellungen Der Park erfüllt die persönlichen Bedürf-(Bewertungen und nisse. Gefühle gegenüber dem Parkbesuch) Bezugspersonen und Verhaltensabsicht Verhalten Subjektive Norm Bezugsgruppen (Absicht, den Park zu (Besuch des Parks) besuchen den Park. (Was die andern tun, besuchen) mache ich auch) Wahrgenommene Der Park ist gut Verhaltenskontrolle erreichbar, lange (Wie leicht oder geöffnet, passt ins schwer fällt der Zeitbudget und hat

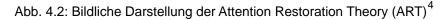
Besuch des Parks)

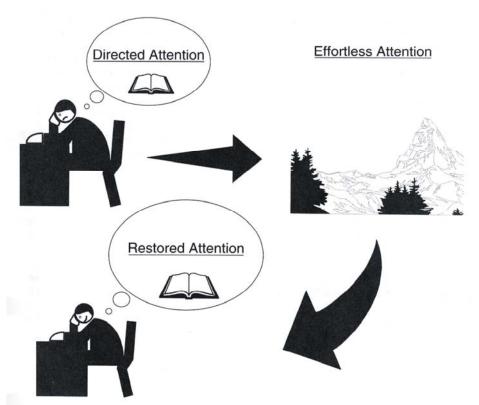
Abb. 4.1: Anwendung der Theorie des geplanten Verhaltens auf die Erklärung von Parkbesuchen

akzeptable Preise.

Zum zweiten wurde davon ausgegangen, dass Parks für die Stadtbevölkerung sehr vielfältige Aufgaben wahrnehmen. Eine besonders große Rolle im Hinblick auf ihre psychologischen Wirkungen spielt dabei die Erholungsfunktion von Parkanlagen. Die Attention Restoration Theory (Kaplan & Kaplan 1989, Kaplan 1995) sieht die Erholung als Wiederherstellung der Fähigkeit zur gerichteten Aufmerksamkeit an. Die Erholung entsteht dabei

- durch das körperliche und psychische Wegsein vom Alltag (being away),
- weil etwas Faszinierendes erlebt wird, was die Aufmerksamkeit unwillkürlich auf den faszinierenden Gegenstand lenkt (fascination, fascinating stimulus),
- durch das Erleben räumlicher Weite (extent)
- und den Eindruck, dass die Umwelt die intendierten Aktivitäten unterstützt (compatibility).





Wirkungen von Parks lassen sich zudem grundsätzlich in Onsite- und Offsite-Effekte unterteilen (siehe Flade 2004). Onsite-Effekte betreffen dabei die Bedürfniserfüllung der Nutzerinnen und Nutzer während ihres aktuellen Parkbesuchs. Offsite-Effekte beziehen sich z. B. auf Bewohnerinnen und Bewohner, die den Park aktuell nicht nutzen, aber die Gewissheit haben, ihn jederzeit nutzen zu können, oder sich an dessen Anblick von ihrem Fenster im Büro, ihrer Wohnung oder auch vom Krankenhaus aus (Ulrich 1984) erfreuen.

Zur Berücksichtigung der möglicherweise unterschiedlichen Einschätzungen der Offsite- und der Onsite-Gruppe wurde ein empirisches Untersuchungsdesign entwickelt, welches beide entsprechend einbezog. In beiden Modellstädten wurden sowohl repräsentative Teile der

-

⁴ aus Bell et al. 2001, S. 49

Wohnbevölkerung⁵ als auch im jeweiligen Park angetroffene Besucherinnen und Besucher befragt. Die Bewohnerinnen und Bewohner, die telefonisch zu Hause befragt wurden, stellen die Offsite-Gruppe dar, von denen auch mehr oder weniger große Teile Nichtbesucher von Parks im Allgemeinen bzw. des Westfalenparks/des Botanischen Obstgarten im Besonderen sein konnten. Der Nicht-Besuch von Parks kann auch dadurch bedingt sein, dass die jeweiligen Interessen, Vorstellungen und Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer zu wenig Berücksichtigung finden. Nicht-Nutzer stellen somit eine wichtige Gruppe dar, weil sie Auskunft darüber geben, was sie vom Besuch des Parks abhält. Die in den beiden Modellparks während ihres Aufenthaltes zufällig ausgewählten Besucherinnen und Besucher stellen die Onsite-Gruppe dar, die direkt vor Ort mündlich interviewt wurde.

Zur Absicherung der Erkenntnisse fanden die Besucherbefragungen auch im Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof in Weinheim statt, der im Unterschied zu den beiden Modellparks im Zeitverlauf nicht verändert wurde. Durch die Einbeziehung eines Vergleichsparks können eventuelle zeitbedingte Änderungen im Parkbesucherverhalten, die beispielsweise durch ein verändertes Gesundheits- oder Umweltbewusstsein bedingt sind, sichtbar gemacht werden. Gleichzeitig nützte dies einer vertiefenden und nach Nutzergruppen differenzierenden Motivanalyse.

Die empirischen Erhebungen fanden jeweils zu zwei Zeitpunkten - vor und nach der Umsetzung des Nachhaltigen Stadtparks - statt. Die Vorherbefragungen dienten maßgeblich dem Zweck, die Ausgangssituation für die Chancen des Nachhaltigen Stadtparks zu eruieren und eventuelle Verbesserungsbedarfe der Nutzerinnen und Nutzer in die Detailkonzeptionen zur Parkumgestaltung einzubeziehen. Die Nachhererhebungen unterstützten die umfangreiche Evaluation des Erfolgs des Nachhaltigen Stadtparks in den Modellstandorten.

In Heilbronn konnten die Nachherbefragungen planmäßig nach Abschluss der wesentlichen Umgestaltungsarbeiten und Angebotserweiterungen zum Nachhaltigen Stadtpark stattfinden. In Dortmund mussten die Nachherbefragungen zur Analyse der Akzeptanz von Florians Garten zu einem - bedingt durch die begrenzte Projektlaufzeit - sehr frühen Zeitpunkt, nämlich bereits zwei Monate nach der offiziellen Eröffnung durchgeführt werden. Zu diesem Zeitpunkt (Mai 2008) konnten "lediglich" die neu realisierten Frühlingsflächen einen ersten Eindruck vom nachhaltigen Bepflanzungskonzept vermitteln, das Bild der ganzjährigen Blühflächen fehlte noch bzw. hing somit entscheidend von der Vorstellungskraft des Publikums ab. Zudem hatte die erst kurz zurückliegende Eröffnung offensichtlich dazu geführt, dass viele Dortmunderinnen und Dortmunder noch keine Gelegenheit zur Besichtigung hatten.

Die telefonischen Befragungen der Wohnbevölkerung wurden jeweils vom Umfrageinstitut Solid Marketing Research Frankfurt am Main (SMR) im Unterauftrag des IWU durchgeführt. Die notwendigen Telefonnummern für die CATI-Befragungen⁶ wurden vom Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen Mannheim (ZUMA; jetzt GESIS-Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften) mit Hilfe eines Zufallsverfahrens generiert.

Die Face to Face-Befragungen der Besucherinnen und Besucher der Parkanlagen fanden jeweils hauptsächlich an Wochenenden (in Heilbronn an den Herbstmarktwochenenden) statt. Die Interviews wurden von Studierenden im Auftrag des IWU durchgeführt.

⁵ entsprechend der Geschlechts- und Altersverteilung der amtlichen kommunalen Statistik

⁶ Computer Assisted Telephone Interview

5 Die Stichproben

Ingesamt wurden während der gesamten Projektlaufzeit 1682 Personen befragt, darunter 1221 Personen zu Hause am Telefon und 461 Personen während ihres Besuches in den Parks.

Die nachfolgenden Übersichten geben einen tabellarischen Überblick über die lokale Zusammensetzung der Stichproben anhand der wichtigsten erhobenen soziodemographischen Merkmale.

Tab. 5.1: Die Stichproben im Überblick (absolute Zahlen)*

		Vorh	erbefraç	gung			Nachl	nerbefra	igung	
	Bevölke stichp		:	Besucher- stichprobe I		Bevölke stichpr		5	Besucher- stichprobe II	
	Dort- mund	Heil- bronn	Dort- mund	Heil- bronn	Wein- heim	Dort- mund	Heil- bronn	Dort- mund	Heil- bronn	Wein- heim
Befragungs- zeitpunkt	Juni 2005	Juni 2005	Sept. 2005	Okt. 2005	Sept. 2005	Mai 2008	Okt. 2007	Mai 2008	Okt. 2007	Sept. 2007
Befragte insgesamt, darunter:	300	301	74	73	85	300	320	77	75	77
Frauen	151	145	46	40	59	154	164	45	51	50
Männer	149	156	28	33	24	145	156	29	24	26
< 30 Jahre	62	51	3	7	2	59	64	23	2	1
30 - 49 Jahre	129	125	36	23	34	113	114	18	27	32
50 - 65 Jahre	70	78	14	27	40	66	73	21	30	27
> 65 Jahre	38	45	21	16	6	62	69	15	16	17
Besucher des WP/BOG	183	42	74	73	85	230	112	77	75	77
Besucher ande- rer Parks	89	232				39	188			
Nichtbesucher von Parks	28	27				29	20			
	Bevölke stichp ges	robe I	:	Besucher- stichprobe I gesamt		Bevölke stichpr gesa	obe II	S	Besucher- stichprobe II gesamt	
	(BevC	Ges I)		(BesGes I)		(BevG	Ges II)		(BesGes II)	
	n =	601		n = 232		n = (620		n = 229	

^{*} Fehlende Angaben können Differenzen zur Gesamtzahl begründen.

Tab. 5.2: Stichproben in Dortmund nach ausgewählten Merkmalen (in Prozent)

Carriedomo granhicakoa Markus I	Bevölkerun	gsstichprobe	Besucherstichprobe		
Soziodemographisches Merkmal	I (BevDO I)	II (BevDO II)	I (BesDO I	II (BesDO II)	
Geschlecht	, , ,	,	,	, ,	
Frauen	50 %	52 %	62 %	61 %	
Männer	50 %	48 %	38 %	39 %	
Alter					
unter 30 Jahre	21 %	20 %	4 %	30 %	
30 bis 49 Jahre	43 %	37 %	49 %	23 %	
50 bis 65 Jahre	23 %	22 %	19 %	27 %	
über 65 Jahre	13 %	21 %	28 %	20 %	
Nationalität					
Deutsche	95 %	95 %	99 %	96 %	
Nicht-Deutsche	5 %	5 %	1 %	4 %	
Haushaltstyp/Familiensituation 7					
Singlehaushalt (1-PHH)	31 %	30 %	27 %	31 %	
Mehrpersonenhaushalt (M-PHH) ohne Kind(er)	39 %	44 %	43 %	26 %	
M-PHH mit Kinder unter 6 Jahren	10 %	8 %	.0 70	20 70	
M-PHH mit Kinder zwischen 6 und 18 Jahren	20 %	17 %	30 %	43 %	
Erwerbssituation	20 70	17 70			
erwerbstätig in Vollzeit	46 %	40 %	26 %	33 %	
erwerbstätig in Teilzeit	12 %	9 %	16 %	14 %	
arbeitslos	9 %	7 %	3 %	3 %	
in Rente/Pension	23 %	28 %	40 %	30 %	
Hausfrau/Hausmann	23 /0	6 %	14 %	5 %	
in Ausbildung	10 %	10 %	1 %	15 %	
Monatliches Haushaltsnettoeinkommen	10 70	10 /6	1 70	13 /6	
unter 500 €	5 %	4 %	2 %	15 %	
bis 900 €	18 %	12 %	12 %	15 %	
bis 1.300 €	11 %	14 %	10 %	6 %	
bis 1.500 €	12 %	9 %	36 %	15 %	
bis 2.000 €	18 %	23 %	7 %	24 %	
bis 2.600 €	16 %	15 %	16 %	12 %	
bis 4.500 €	15 %	15 %	17 %	6 %	
über 4.500 €	4 %	8 %	-	9 %	
Höchster Bildungsabschluss ⁸	7 70	0 70		3 70	
Hauptschulabschluss	32 %	*	40 %	*	
Realschulabschluss	16 %	*	40 % 15 %	*	
Abitur	28 %	*	22 %	*	
(Fach-)Hochschulabschluss	24 %	*	23 %	*	
Wohnhaus	24 /0		20 /0		
Einfamilienhaus	23 %	28 %	23 %	20 %	
Haus mit 2 bis 6 Parteien	51 %	44 %	45 %	65 %	
Haus mit 7 und mehr Parteien	26 %	28 %	32 %	15 %	
Zugang zu Garten ⁹	20 /0		/0	13,0	
privat genutzter Garten	58 %	63 %	43 %	42 %	
gemeinschaftlich genutztes Grün (z.B. begrünte Innenhöfe)	*	*	22 %	13 %	
Balkon/Terrasse	32 %	29 %	30 %	42 %	
kein zur Wohnung gehörender Freibereich	10 %	8 %	5 %	4 %	
Parknutzungshäufigkeit	,	1 70	- /0		
regelmäßige Besucher des Westfalenparks	61 %	77 %	76 %	78 %	
regelmäßige Besucher anderer Parks	30 %	13 %	-		
Nichtbesucher von Parks	9 %	10 %			
* Merkmal nicht erhoben			<u> </u>		

^{*} Merkmal nicht erhoben

⁷ Bei den Besucherstichproben wurde nicht nach dem Alter der im Haushalt lebenden Kinder differenziert.

⁸ Differenz zu 100 %: Kategorie "Sonstiges"

⁹ Der Zugang zu einem privat nutzbaren Garten wurde als primäres Merkmal zugrunde gelegt, die folgenden Aspekte sind jeweils nachrangig. D. h. in dieser Gruppe können sich z.B. auch Personen befinden, zu deren Wohnungen zusätzlich zu einem Garten auch Balkone und Terrassen gehören.

Tab. 5.3: Stichproben Heilbronn nach ausgewählten soziodemographischen Merkmalen (in Prozent)

Cariadama graphicahaa Markus I	Bevölkerun	gsstichprobe	Besucher	stichprobe
Soziodemographisches Merkmal	I (BevHN I)	II (BevHN II)	I (BesHN I)	II (BesHN II)
Geschlecht	, , ,	,	, , , , ,	,
Frauen	48 %	51 %	55 %	68 %
Männer	52 %	49 %	45 %	32 %
Alter				
unter 30 Jahre	17 %	20 %	10 %	3 %
30 bis 49 Jahre	42 %	36 %	31 %	36 %
50 bis 65 Jahre	26 %	23 %	27 %	40 %
über 65 Jahre	15 %	21 %	22 %	21 %
Nationalität				
Deutsche	92 %	89 %	97 %	100 %
Nicht-Deutsche	8 %	11 %	3 %	-
Haushaltstyp/Familiensituation				
Singlehaushalt (1-PHH)	28 %	28 %	19 %	19 %
Mehrpersonenhaushalt (M-PHH) ohne Kind(er)	43 %	44 %	56 %	54 %
M-PHH mit Kinder unter 6 Jahren	9 %	9 %		
M-PHH mit Kinder zwischen 6 und 18 Jahren	20 %	19 %	25 %	27 %
Erwerbssituation		,		
erwerbstätig in Vollzeit	51 %	42 %	37 %	41 %
erwerbstätig in Teilzeit	12 %	12 %	13 %	22 %
arbeitslos	6 %	4 %	8 %	1 %
in Rente/Pension	23 %	26 %	28 %	31 %
Hausfrau/Hausmann	*	7 %	8 %	4 %
in Ausbildung	8 %	10 %	6 %	1 %
Monatliches Haushaltsnettoeinkommen				
unter 500 €	2 %	3 %	5 %	-
bis 900 €	8 %	8 %	5 %	8 %
bis 1.300 €	11 %	20 %	11 %	15 %
bis 1.500 €	10 %	10 %	11 %	5 %
bis 2.000 €	23 %	19 %	20 %	13 %
bis 2.600 €	23 %	18 %	15 %	33 %
bis 4.500 €	14 %	15 %	20 %	18 %
über 4.500 €	9 %	7 %	13 %	8 %
Höchster Bildungsabschluss ¹¹				
Hauptschulabschluss	27 %	*	22 %	*
Realschulabschluss	31 %	*	34 %	*
Abitur	21 %	*	12 %	*
(Fach-)Hochschulabschluss	18 %	*	26 %	*
Wohnhaus				
Einfamilienhaus	34 %	32 %	60 %	49 %
Haus mit 2 bis 6 Parteien	40 %	45 %	29 %	38 %
Haus mit 7 und mehr Parteien	26 %	23 %	11 %	13 %
Zugang zu Garten ¹²				
privat genutzter Garten	69 %	61 %	79 %	69 %
gemeinschaftlich genutztes Grün (z.B. begrünte Innenhöfe)	*	*	10 %	13 %
Balkon/Terrasse	25 %	32 %	11 %	16 %
kein zur Wohnung gehörender Freibereich	6 %	8 %	-	1 %
Parknutzungshäufigkeit				
regelmäßige Besucher des Bot. Obstgartens	14 %	35 %	47 %	65 %
regelmäßige Besucher anderer Parks	77 %	59 %		
Nichtbesucher von Parks	9 %	6 %		
* Merkmal nicht erhoben		,		

^{*} Merkmal nicht erhoben

-

¹⁰ Bei den Besucherbefragungen wurde nicht nach dem Alter der im Haushalt lebenden Kinder differenziert.

¹¹ Differenz zu 100 %: Kategorie Sonstiges

¹² Der Zugang zu einem privat nutzbaren Garten wurde als primäres Merkmal zugrunde gelegt, die folgenden Aspekte sind jeweils nachrangig. D. h. in dieser Gruppe können sich auch Personen befinden, zu deren Wohnungen zusätzlich zu einem Garten auch Balkone und Terrassen gehören.

Tab. 5.4: Stichproben Weinheim nach ausgewählten soziodemographischen Merkmalen (in Prozent)

Coming down a green bis about Martine al	Besuchers	Besucherstichprobe			
Soziodemographisches Merkmal	I (BesWE I)	II (BesWE II)			
Geschlecht					
Frauen	71 %	66			
Männer	29 %	34			
Alter					
unter 30 Jahre	2 %	1 %			
30 bis 49 Jahre	42 %	42 %			
50 bis 65 Jahre	49 %	35 %			
über 65 Jahre	7 %	22 %			
Nationalität					
Deutsche	98 %	99 %			
Nicht-Deutsche	2 %	1 %			
Haushaltstyp/Familiensituation					
Singlehaushalt (1-PHH)	20 %	26 %			
Mehrpersonenhaushalt (M-PHH) ohne Kind(er)	58 %	50 %			
Mehrpersonenhaushalt mit Kind(ern)	22 %	24 %			
Erwerbssituation		2.70			
erwerbstätig in Vollzeit	37 %	29 %			
erwerbstätig in Teilzeit	28 %	27 %			
arbeitslos	2 %	-			
in Rente/Pension	22 %	33 %			
Hausfrau/Hausmann	10 %	12 %			
in Ausbildung	1 %	-			
Monatliches Haushaltsnettoeinkommen	1 70				
unter 500 €		7 %			
bis 900 €	2 %	2 %			
bis 1.300 €	9 %	16 %			
bis 1.500 €	4 %	11 %			
bis 2.000 €	12 %	18 %			
bis 2.600 €	30 %	14 %			
bis 4.500 €	33 %	32 %			
über 4.500 €	11 %	JZ /0 -			
Höchster Bildungsabschluss ¹³	11 70				
Hauptschulabschluss	11 %	*			
Realschulabschluss	24 %	*			
Abitur	18 %	*			
(Fach-)Hochschulabschluss	46 %	*			
Wohnhaus	40 /6				
	E / 0/	12 0/			
Einfamilienhaus Haus mit 2 bis 6 Parteien	54 %	43 % 44 %			
Haus mit 7 und mehr Parteien	30 % 17 %	13 %			
Zugang zu Garten ¹⁴	17 %	13 %			
	74.0/	66.0/			
privat genutzter Garten	74 %	66 %			
gemeinschaftlich genutztes Grün (z.B. begrünte Innenhöfe)	7 %	18 %			
Balkon/Terrasse	16 %	13 %			
kein zur Wohnung gehörender Freibereich	4 %	3 %			
Parknutzungshäufigkeit	70.0/	04.0/			
regelmäßige Besucher des Hermannshofs * Merkmal nicht erhoben	78 %	81 %			

^{*} Merkmal nicht erhoben

_

¹³ Differenz zu 100 %: Kategorie Sonstiges

¹⁴ Der Zugang zu einem privat nutzbaren Garten wurde als primäres Merkmal zugrunde gelegt, die folgenden Aspekte sind jeweils nachrangig. D. h. in dieser Gruppe können sich auch Personen befinden, zu deren Wohnungen zusätzlich zu einem Garten auch Balkone und Terrassen gehören.

Teil II

Ausgangssituation

6 Stellenwert und Funktion von Parks für die Stadtbevölkerung

6.1 Subjektive Wichtigkeit von öffentlichen Park- und Grünanlagen

Die Erkenntnisse aus den repräsentativen Bevölkerungsbefragungen in den beiden Modellstädten aus dem Jahr 2005 bestätigen die Ergebnisse der Expertise¹⁵, dass Parks und Grünanlagen einen hohen Stellenwert für die Stadtbevölkerung haben. Auf die offen formulierte Frage, was für die Bewohnerinnen und Bewohner wichtige Freiräume und Plätze in ihrer Stadt sind, machten die Nennungen öffentlicher Grün- und Parkanlagen wie des Wertwiesen- und des Pfühlparks in Heilbronn oder des Westfalen- und des Rombergparks in Dortmund rund 60 % der Spontanantworten (BevGes I, n = 601) aus. Deutlich dahinter rangierten "grüne" Ausflugsziele im Umland der Städte wie Wälder, Seen oder Weinberge, Freizeit- und Kultureinrichtungen, Sportstätten sowie attraktive innerstädtische Plätze und Stadtquartiere mit Einkaufsgelegenheiten.

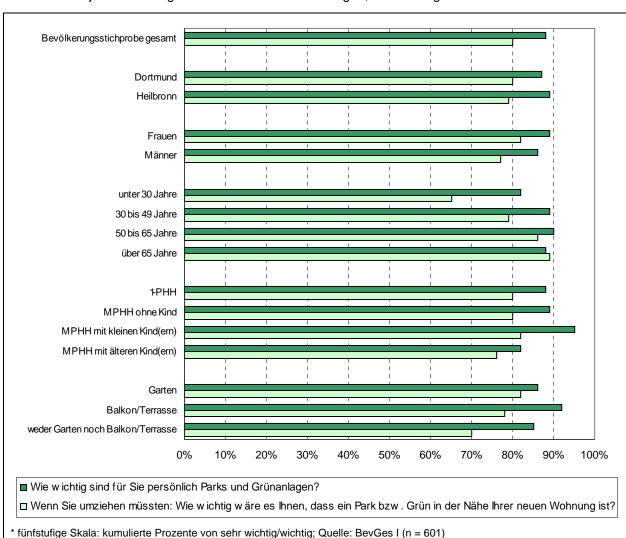


Abb. 6.1: Subjektive Wichtigkeit von Parks und Grünanlagen, Prozentangaben*

¹⁵ Für einen allgemeinen Überblick über theoretische Ansätze und empirische Forschungsergebnisse thematisch ähnlicher Untersuchungen sei auf die Expertise "Parks und Natur in der Stadt" von Antje Flade (2004) verwiesen, die im Rahmen dieses Forschungsvorhabens erstellt wurde und ebenfalls im IWU (Bestell-Nr. 06/04) erhältlich ist.

Innerstädtische Parks und Grünanlagen sind von großer persönlicher Wichtigkeit - unabhängig davon welchen Geschlechts und Alters die Befragten waren, ob sie Kinder haben oder einen privaten Garten nutzen können. Ein Park in Wohnnähe wird für den Fall eines notwendigen Umzugs als bedeutsames Qualitätsmerkmal der neuen Wohnung angesehen. Signifikante Unterschiede innerhalb der betrachteten Gruppen zeigten sich kaum: Frauen waren beide Aspekte noch wichtiger als Männern. Gleichzeitig maßen ältere Befragte dem Vorhandensein von Grün in der unmittelbaren Umgebung ihrer (neuen) Wohnung mehr Gewicht zu als Jüngere.

Weitere Hinweise auf den Stellenwert von öffentlichen Parkanlagen lieferten auch die Antworten darauf, inwieweit ein öffentlicher Park ein Ersatz für den eigenen Garten sein kann. Zwar ist gut die Hälfte der Befragten (54 %, BevGes I) der Meinung, dass eine öffentliche Parkanlage einen privaten Garten nicht, nicht vollwertig oder nur dann ersetzen kann, wenn man selbst keinen Garten nutzen kann. Ähnlich viele stellen aber auch die Vorteile von Parks gegenüber privaten Gärten heraus, weil sie aufgrund ihrer Größe mehr Freiräume bieten, ein Stück Natur sind und als Allgemeingüter wahrgenommen werden, die das Stadtbild und die Luftqualität verbessern. Außerdem entfällt in ihnen die anstrengende und manchmal als lästig empfundene Gartenarbeit. Die Vorzüge des eigenen Gartens sind dagegen seine Privatheit und die individuellen Gestaltungsmöglichkeiten.

Tab. 6.1: Antworten auf die Frage, inwieweit ein Park ein Ersatz für den eigenen Garten sein kann, Mehrfachantworten (Nennungen von mindestens 5 % der Befragten)

Allgemeine Aussagen:	00.04
- Ein Park kann kein Ersatz für einen eigenen Garten sein.	36 %
- Ein Park kann kein vollwertiger Ersatz für einen Garten sein.	9 %
- Ein Park kann ein Ersatz für einen Garten sein, wenn man keinen eigenen Garten hat.	9 %
Vorteile Garten:	
- Der eigene Garten ist ein privater Ort.	13 %
- Den eigenen Garten kann man selbst gestalten.	8 %
Vorteile Park:	
- Ein Park bietet aufgrund seiner Größe mehr Freiraum.	33 %
- Im Park hat man keine anstrengende Gartenarbeit zu verrichten.	8 %
- Ein Park ist ein Stück Natur.	6 %
- Der Park ist ein Allgemeingut.	5 %
Quelle: BevGes I (n = 601)	

6.2 Besuchsgewohnheiten und Besuchsmotive

Parkbesuche sind für die Mehrheit der Befragten in allen betrachteten Teilgruppen üblich und häufig (siehe Abb. 6.2 und 6.3). Überdurchschnittlich populär waren sie in Familien mit kleinen Kindern und für solche Befragte, die privat keinen Garten nutzen können. Bestärkt werden die Befragten dabei von ihrem sozialen Umfeld, denn die meisten, den Befragten wichtigen Menschen finden es gut, wenn in der Freizeit Parks aufgesucht werden (Anteil zustimmender Antworten gesamt: 62 %)¹⁶. Je positiver das unmittelbare soziale Umfeld Parkbesu-

¹⁶ Frage: Bitte geben Sie an, wie sehr Sie der folgenden Aussage zustimmen (Skalenwerte 1 "stimme voll und ganz zu" bis 5 "stimme gar nicht zu"): Die meisten Menschen, die mir wichtig sind, finden es gut, wenn ich in meiner Freizeit Parks und Grünanlagen aufsuche. (kumulierte Prozente von stimme voll und ganz zu/stimme weitgehend zu; Quelle: Bevölkerungsstichprobe I (N = 601))

chen gegenüber eingestellt war, desto üblicher (Korrelation: r = 0,448, p < 0,01) und häufiger (r = 0,395, p < 0,01) waren sie.

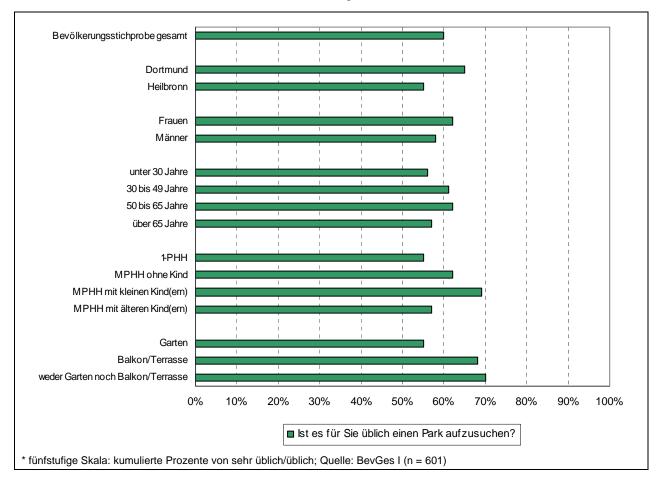
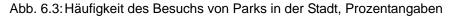
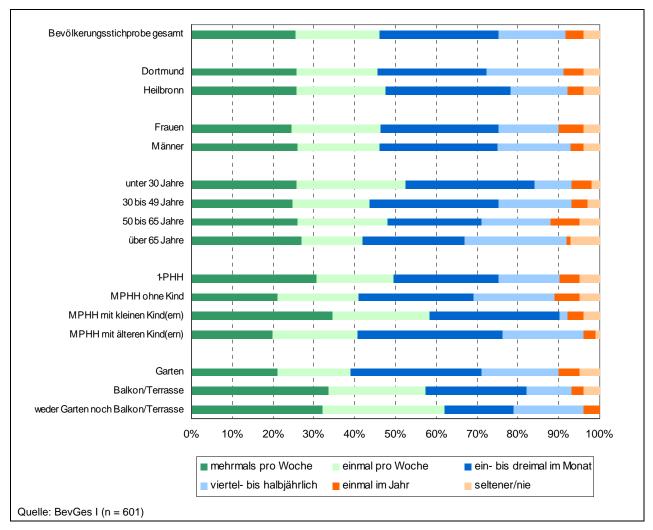


Abb. 6.2: Üblichkeit des Besuchs von Parks, Prozentangaben*

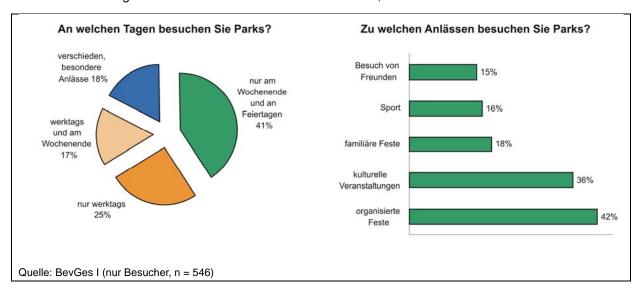
Knapp die Hälfte der Befragten besucht mindestens einmal pro Woche einen Park, ähnlich viele kommen mindestens viertel- bis halbjährlich. Diese Befragten (n = 546) entsprechen im Folgenden der Gruppe der regelmäßigen Parkbesucherinnen und -besucher. Lediglich 9 % der Befragten gaben an, nur einmal im Jahr oder seltener Parks zu nutzen. Diese Befragten stellen im Folgenden die Gruppe der unregelmäßigen Besucher bzw. Nichtbesucher von Parks dar (n = 55).



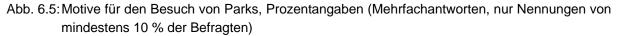


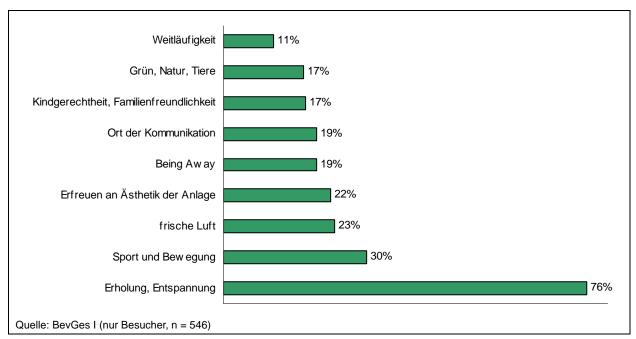
Die Besucherinnen und Besucher suchen Parks bevorzugt am Wochenende auf. Darüber hinaus bieten Feste, kulturelle Veranstaltungen oder familiäre Feierlichkeiten besondere Anlässe, um Parks zu nutzen.

Abb. 6.4: Bevorzugte Zeiten und Anlässe für den Parkbesuch, Mehrfachantworten



Parks erfüllen eine Vielzahl von Bedürfnissen. Der Besuch von Parks verspricht den Nutzerinnen und Nutzern Erholung und Entspannung, bietet Möglichkeiten für Sport und Bewegung, frische Luft und das Gefühl, mal weg vom Alltag zu sein (Being Away). Parks sind soziale Orte, wo man sich mit anderen Menschen treffen oder etwas mit den Kindern unternehmen kann. Sie sind ein Stück Natur in der Stadt und sprechen den Betrachter aufgrund ihrer ästhetischen Gestaltung und ihrer Weitläufigkeit an, die angesichts der Beengtheit mancher Städte als wohltuend empfunden wird.





Im Wesentlichen unterscheiden sich die betrachteten Teilgruppen in ihren Ansichten nicht voneinander. Insbesondere das Vorhandensein eines privaten Gartens hat keinen Einfluss auf die Besuchsmotive. Familien mit kleinen Kindern betonten die Familienfreundlichkeit von Parks (69 % Nennungen) – diese war ihnen sogar knapp wichtiger als der Erholungsaspekt (67 %), der in allen übrigen Teilgruppen das Hauptmotiv für Parkbesuche darstellt. Von Befragten mit ausschließlich älteren Kindern wird die Kindgerechtheit von Parks dagegen seltener thematisiert (31 %). Singlehaushalte geben häufiger als andere an, in Parks neue Menschen kennen zu lernen und Freunde zu treffen (28 %). Männer schätzen deutlicher als Frauen die Möglichkeiten für Sport und Bewegung (35 % vs. 24 %). Den ältesten Befragten ist die ansprechende Gestaltung der Parkanlage überdurchschnittlich wichtig (35 %).

Dass Parkbesuche eine soziale Komponente haben, zeigt sich schon allein darin, dass Parks in der Regel seltener allein (22 %) als in Begleitung anderer Personen (78 %) aus der Familie oder aus dem Freundes- und Bekanntenkreis besucht werden.

6.3 Gründe für den Nichtbesuch von Parks

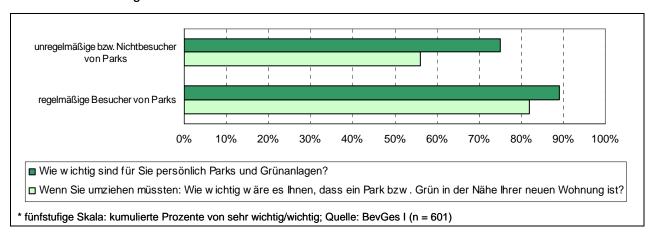
9 % der befragten Heilbronner und Dortmunder Bürgerinnen und Bürger hatten angegeben, sich nur einmal im Jahr, seltener oder nie in Parks aufzuhalten. Diese Gruppe (BevGes I, nur Nichtbesucher, n = 55) begründete ihren seltenen bzw. Nichtbesuch von Stadtparks mit ¹⁷:

- der beliebteren Nutzung eines eigenen Gartens/Schrebergartens (35 %)
- ungenügender Attraktivität der Parks für die Erfüllung individueller Bedürfnisse (27 %)
- fehlender Zeit aufgrund großer Arbeitsbelastung (16 %)
- sozialen Incivilities und damit verbundenen subjektiven Unsicherheitsgefühlen (15 %)¹⁸
- mangelnder Privatheit an öffentlichen Orten (11 %)
- anderweitigen Interessen (11 %)
- gesundheitlichen und altersbedingten Gründen (9 %).

Anstelle öffentlicher Parkanlagen nutzen diese Befragten bevorzugt andere Orte wie Naturbelassene Gebiete im Umland der Städte (47 %), den eigenen Garten (42 %), gastronomische Einrichtungen (29 %) und Sportstätten (27 %).

Obwohl diese Befragten innerstädtische Parks und Grünanlagen nicht oder kaum selbst nutzen, erachten sie sie dennoch für wichtig. Ebenso würden auch sie mehrheitlich darauf Wert legen, dass sich im Falle eines notwendigen Umzugs Grün in der Nähe der neuen Wohnung befindet.

Abb. 6.6: Subjektive Wichtigkeit von Parks und Grünanlagen nach Regelmäßigkeit der Parknutzung, Prozentangaben



26

¹⁷ Mehrfachantworten, Angaben in Prozent der Befragten

¹⁸ Mit dem Begriff "Incivilities" werden physische und soziale Zeichen der Verwahrlosung zusammengefasst. Sie bezeichnen Verhältnisse im öffentlichen Raum, die einen destabilen Zustand des Ortes signalisieren (vgl. Perkins et al. 1993). Unter dem hier verwendeten Begriff "soziale Incivilities" wurden Äußerungen wie das im Park mögliche Antreffen von Drogen- und Alkoholabhängigen, Wohnungslosen usw. zusammengefasst.

7 Das Interesse an Garten- und Naturthemen

Informationsangebote rund um das Thema Garten gehören zu den wesentlichen Konzeptelementen des Nachhaltigen Stadtparks. Daher war es sinnvoll im Vorfeld zu ermitteln, wie groß das Interesse der Bevölkerung an Garten- und Naturthemen ausgeprägt ist.

38 % der befragten Bürgerinnen und Bürger waren der Ansicht, gut über bei uns vorkommende Pflanzen aus Garten und Natur Bescheid zu wissen. In Heilbronn war dieser Anteil signifikant höher. Die ältesten Befragten kannten sich am besten aus. Einen signifikant höheren Wissensstand gaben auch die Gartenbesitzer im Vergleich zu denen ohne privaten Garten an.

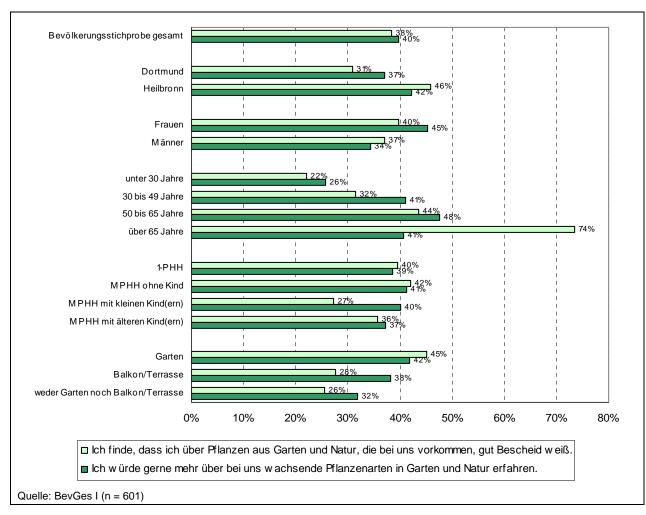


Abb. 7.1: Kenntnis über und Interesse an Gartenthemen 19

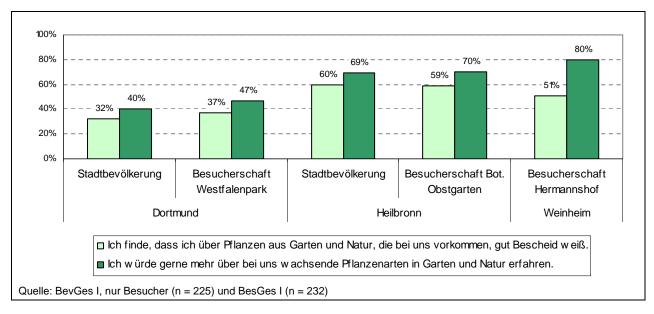
Mit 40 % zustimmenden Antworten ähnlich hoch war das Bedürfnis, mehr über bei uns wachsende Pflanzenarten in Garten und Natur zu erfahren. Bei Frauen war dieses Interesse signifikant stärker ausgeprägt als bei Männern. Kaum Interesse zeigten dagegen die unter 30-Jährigen.

_

¹⁹ Skala von 1 "stimme voll und ganz zu" bis 5 "stimme gar nicht zu"; kumulierte % der Skalenwerte 1 und 2

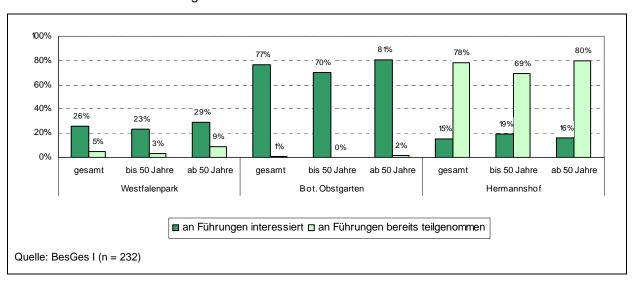
Wie der Vergleich der Parks zeigt, stimmten die regelmäßigen Besucherinnen und Besucher des Botanischen Obstgartens Heilbronn und des Hermannshofs Weinheim beiden Aspekten häufiger zu als diejenigen des Westfalenparks Dortmund.

Abb. 7.2: Kenntnis über und Interesse an Gartenthemen - Vergleich der Bewohner-²⁰ und der Besucherstichprobe



Die direkt im Park interviewten Besucherinnen und Besucher wurden zu ihrem Interesse an Führungen befragt. Auch hierbei waren es wieder die Älteren, die sich durchweg am meisten angesprochen fühlten. Die Besucher des Botanischen Obstgarten und des Schau- und Sichtungsgartens Hermannshof sind erneut interessierter. Führungen im Hermannshof Weinheim stellen ein sehr häufiges Besuchsmotiv dar, 45 % der dort Befragten hatten bereits zum wiederholten Male Führungen beigewohnt.

Abb. 7.3: Interesse an Führungen

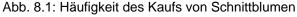


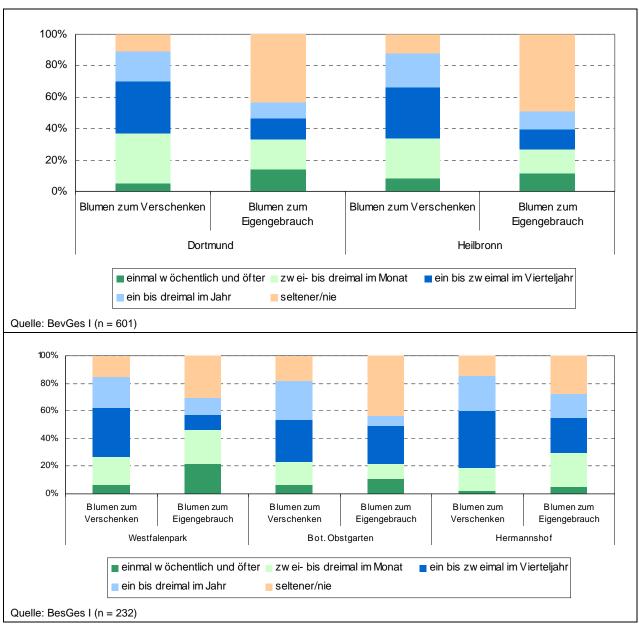
 $^{^{20}}$ nur regelmäßige Besucherinnen und Besucher des Westfalenparks/Botanischen Obstgartens

28

8 Gewohnheiten beim Kauf von Schnittblumen und Obst und Gemüse

Neben den Weiterbildungsangeboten sind Konsummöglichkeiten ein wichtiger Baustein des Nachhaltigen Stadtparks. Besucherinnen und Besucher sollen im Park erzeugte Produkte wie Schnittblumen, Staudenpflanzen oder Kräuter erwerben können. Im Vorfeld war es daher sinnvoll zu wissen, wie häufig die Befragten derlei Produkte nachfragen und worauf sie beim Einkauf besonderen Wert legen.



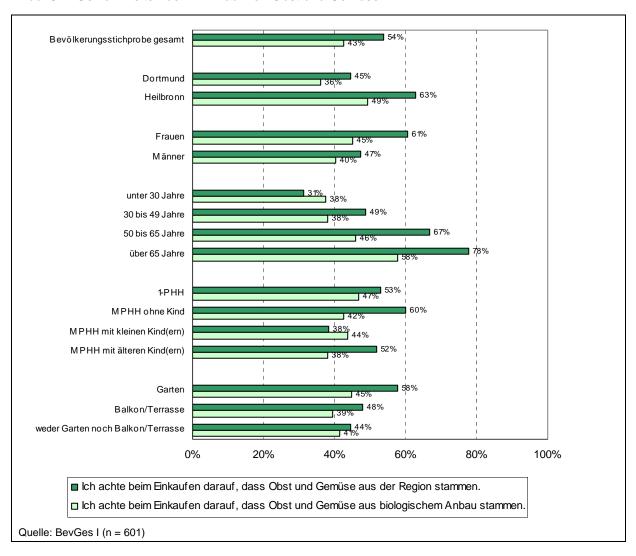


Etwa zwei Drittel der befragten Stadtbewohnerinnen und -bewohner kauften mindestens einbis zweimal im Vierteljahr Schnittblumen – häufiger zum Verschenken als für den Eigengebrauch. Im Vergleich besonders häufige Nachfrager waren Frauen, ältere Befragte und solche, die privat über einen eigenen Garten verfügen können. Die Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung und der Besucherbefragung waren dabei sehr ähnlich und trafen insbesondere auch auf die Besucherinnen und Besucher des Hermannshofes in Weinheim zu.

Diejenigen, die nur einmal im Jahr oder seltener/nie Blumen kaufen, begründeten dies mit²¹:

- ausreichend eigenen Blumen im privaten Garten (20 %)
- der schnellen Vergänglichkeit von Schnittblumen (19 %)
- den hohen Preisen für Schnittblumen (18 %)
- seltenen Anlässen (z.B. Geburtstage) für den Erwerb (17 %) und
- fehlendem Interesse (16 %).

Abb. 8.2: Gewohnheiten beim Einkauf von Obst und Gemüse²²



30

²¹ Mehrfachantworten in Prozent der Fälle; Quelle: BevGes I (n = 601)

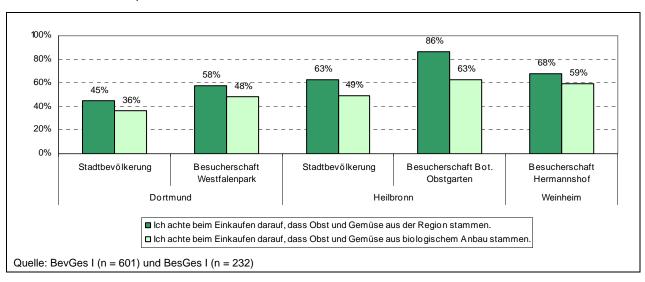
²² Skala von 1 "stimme voll und ganz zu" bis 5 "stimme gar nicht zu"; kumulierte % der Skalenwerte 1 und 2

54 % der befragten Stadtbewohner gaben an, beim Einkaufen darauf zu achten, dass Obst und Gemüse aus der Region stammen, 43 % legten Wert auf biologischen Anbau. Im Vergleich der Gruppen zeigten sich folgende signifikante Unterschiede:

- Den Heilbronner Befragten waren beide Aspekte wichtiger als den Dortmundern.
- Frauen achteten deutlich häufiger auf die regionale Herkunft von Obst und Gemüse als Männer.
- Je älter die Befragten waren, desto bedeutungsvoller waren ihnen beim Einkaufen die biologische Erzeugung und die regionale Herkunft.
- Haushalte ohne Kinder sahen die regionale Herkunft der Produkte als wichtiger an als insbesondere Familien mit kleinen Kindern.

Mit dem Hinweis, dass die Besucherbefragung im Botanischen Obstgarten während des alljährlich stattfindenden Herbstmarktes durchgeführt wurde, der als Verkaufs- und Präsentationsplattform für Obstbauern aus der Region fungiert, zeigte der Vergleich der Bevölkerungsund der Besucherstichprobe, dass der Markt ein Publikum anlockte, welches sich überdurchschnittlich für Bio- und regionale Produkte interessiert.

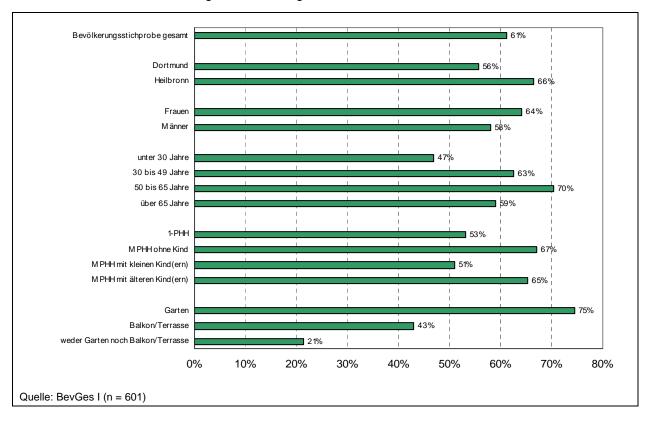
Abb. 8.3: Gewohnheiten beim Einkauf von Obst- und Gemüse - Vergleich der Bewohner- und der Besucherstichprobe I



Deutlich mehr als die Hälfte der Befragten verfügte über eigene Erntemöglichkeiten von Kräutern, Tomaten usw. – erwartungsgemäß am häufigsten diejenigen, die über einen eigenen Garten verfügen können. Die größere Zustimmung in Heilbronn war durch die höhere Anzahl an Personen mit einem eigenen Garten in der Bevölkerungsstichprobe bedingt.²³

 $^{^{23}}$ Anteil Garten: BevDO I 58 %/BesDO I 43 %, BevHN I 69 %/BesHN I 79 %, BesWE I 74 %

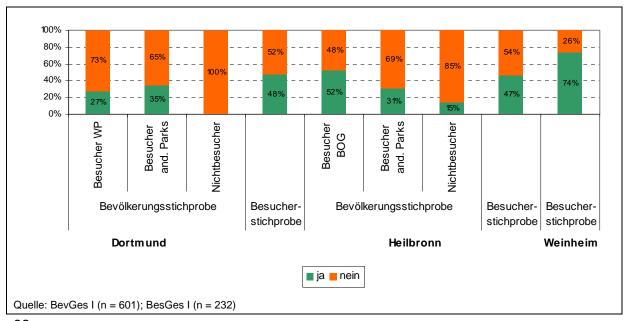
Abb. 8.4: Vorhandensein von eigenen Erntemöglichkeiten



9 Mitwirkungsinteresse und Zahlungsbereitschaft

Partizipative Elemente gehören ebenfalls zum Kern des Nachhaltigen Stadtparks. Knapp ein Drittel der befragten Heilbronner Bürgerinnen und Bürger (32 %) konnte sich grundsätzlich vorstellen, selbst bei der Erhaltung oder Steigerung der Qualität von Stadtparks mitzuwirken. In Dortmund war der Anteil mit 27 % der Stadtbevölkerung etwas geringer. Die direkt im Park Befragten und Besucherinnen und Besucher sind tendenziell interessierter.

Abb. 9.1: Mitwirkungsinteresse bei der Erhaltung bzw. Steigerung der Qualität von Stadtparks



Dabei sind verschiedene Formen der Beteiligung vorstellbar, die in der Tabelle 9.1 aufgeführt sind. Am größten ist das Interesse, durch spontane Mitwirkung bei Einzelaktionen oder auch durch Spenden mitzuhelfen.

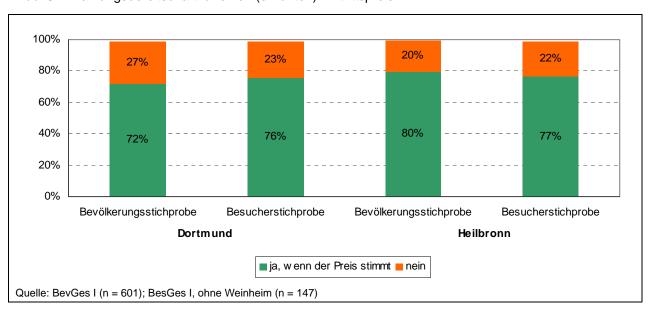
Tab. 9.1: Zustimmung zu verschiedenen Formen der Beteiligung, Prozentangaben

Mitwirkung	Dortr	nund	Heilb	Weinheim	
Witten Kung	Bevölkerung	Besucher	Bevölkerung	Besucher	Besucher
durch Beteiligung an der Pflege	68 %	59 %	70 %	73 %	58 %
durch Beteiligung bei der Anlage bzw. beim Ausbau	72 %	53 %	68 %	39 %	44 %
durch Baumpatenschaften	69 %	44 %	72 %	76 %	56 %
durch Mitentscheidung bei der Auswahl von alternativen Entwürfen/Konzepten	75 %	59 %	74 %	55 %	73 %
durch spontane Mitwirkung bei Einzelaktionen	78 %	62 %	80 %	67 %	94 %
durch Spenden	75 %	69 %	78 %	67 %	54 %
durch eine Mitgliedschaft im Förderverein	59 %	44 %	58 %	55 %	56 %
durch Mitbestimmung in einem Bewohnerbeirat*	56 %	-	55 %	-	-
durch selbst durchgeführte Seminare o.ä. zu Gartenthemen	26 %	12 %	33 %	27 %	30 %

Quelle: BevGes I (n = 601); BesGes (n = 232); * nicht in Besucherbefragung

Zudem wären die meisten Befragten in beiden Modellparks bereit, einen (erhöhten) Eintrittspreis zu zahlen, um die aufwändigere Pflege eines Nachhaltigen Stadtparks mit zu finanzieren.

Abb. 9.2: Zahlungsbereitschaft für einen (erhöhten) Eintrittspreis²⁴



 $^{^{24}}$ Differenz zu 100 % Kategorie "unentschieden/weiß nicht"

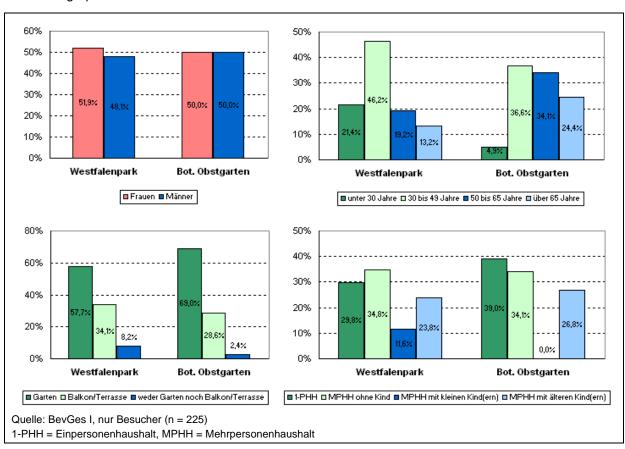
Beim Dortmunder Westfalenpark handelt es sich um einen eintrittsgeldpflichtigen Park. Der Botanische Obstgarten in Heilbronn hat dagegen einen freien Eintritt.

10 Die Chancen des Nachhaltigen Stadtparks vor der Realisierung in den beiden Modellanlagen

Speziell der Botanische Obstgarten war den Heilbronner Bürgerinnen und Bürgern zum Zeitpunkt der Vorherbefragung noch wenig bekannt, nur 14 % der Befragten besuchten ihn nach eigenen Angaben regelmäßig. In Dortmund waren es dagegen 61 % der Befragten, die angegeben hatten, mindestens halbjährlich in den Westfalenpark zu kommen.

Die Ausgangslage vor der Realisierung des Nachhaltigen Stadtparks stellte sich aber noch aus anderen Gründen in den beiden Modellanlagen sehr verschieden dar. Nicht nur die Größe der Anlagen und die organisatorischen Rahmenbedingungen wiesen Unterschiede auf, auch das jeweilige Spektrum an Angeboten und Nutzungsmöglichkeiten sprach die einzelnen Besuchergruppen in unterschiedlichem Maße an. Beide Parkanlagen boten nach Einschätzung der Stadtbevölkerung viele Gelegenheiten für Naturerleben, Erholung, eine abwechslungsreiche Freizeitgestaltung und das Zusammensein mit anderen Menschen. Während der Westfalenpark dabei aber in besonderem Maße auch ein jüngeres Publikum und Familien mit kleinen Kindern ansprach, lockte der Botanische Obstgarten vor allem ältere Besucherinnen und Besucher (50 Jahre und älter), die häufig auch einen eigenen Garten nutzen können.

Abb. 10.1: Regelmäßige Nutzerinnen und Nutzer der Modellanlagen nach ausgewählten soziodemographischen Merkmalen



Wie der Abbildung 10.2 ferner zu entnehmen ist, sind es das Interesse an der Gartenanlage und der Bepflanzung und die Gelegenheit, Neues zu erfahren und sich fortzubilden, die die

Besucherinnen und Besucher des Botanischen Obstgartens zum Kommen motivieren. Darin unterscheiden sie sich signifikant von den Besucherinnen und Besuchern des Westfalenparks. Diese schätzen im Westfalenpark signifikant häufiger die vielen Möglichkeiten, etwas mit ihren Kindern zu unternehmen oder Sport zu treiben.

Westfalenpark (WP) Bot. Obstgarten (BOG) 1,83 Der WP/BOG bietet mir Abwechslung und das Gefühl, mal weg vom Alltag zu sein. Im WP/BOG habe ich das Gefühl, Freizeit zu haben und frei entscheiden zu können, was ich tun will. 1,92 1.64 Im WP/BOG kann ich Natur erleben. 1,43 2.26 ■ 3.14 Im WP/BOG habe ich die Möglichkeit, Neues zu erfahren und mich fortzubilden.** Im WP/BOG habe ich die Gelegenheit, mich mit anderen zu treffen und unter Menschen zu sein. 1,86 2,19 1,60 Im WP/BOG kann ich etwas mit den Kindern zu unternehmen.** 1,79 1,83 Im WP/BOG kann ich mich erholen und zur Ruhe kommen. 2,37 3,05 Im WP/BOG kann ich mich bewegen oder Sport treiben.** 2,13 Im WP/BOG interessieren mich die Gartenanlage und die Bepflanzung.* 1 2 3 4 stimme voll und ganz zu◄ stimme gar nicht zu Quelle: BevGes I, nur Besucher (n = 225) Signifikanz: * p < 0,05; ** p < 0,01

Abb. 10.2: Zustimmung zu möglichen Motiven für den Besuch der Modellanlagen

Häufige Anlässe für den Besuch des Dortmunder Westfalenparks waren organisierte Feste wie z. B. das Lichterfest und kulturelle Veranstaltungen. In Heilbronn lockten vor allem Veranstaltungen, die sich speziell mit dem Obstbau beschäftigten.

Auch in den Besucherbefragungen direkt in den Parks ließen sich die teilweise unterschiedlichen Motivlagen feststellen (siehe Abb. 10.3). Der mit Abstand größte Anreiz für den Besuch des Botanischen Obstgartens war der Wunsch, dort Anregungen für den eigenen Garten zu erhalten. Im Westfalenpark wurde dessen Familiengerechtheit hervorgehoben.

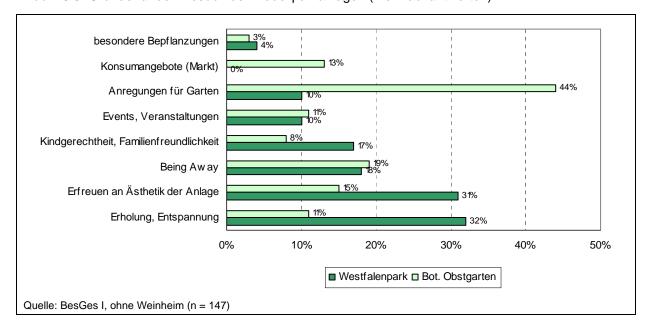


Abb. 10.3: Gründe für den Besuch der Modellparkanlagen (Mehrfachantworten)

Wie diese Ergebnisse zeigen, erfüllen beide Parkanlagen vielfältige Bedürfnisse. Je nach individueller Präferenz unterscheiden sich zwar die jeweiligen Nutzungsformen, nicht aber das grundsätzliche Interesse am Park.

Der Nachhaltige Stadtpark soll - wie in Kapitel 2 dargestellt - weitere Angebote erschließen, die die Aufenthaltsqualität erweitern können. Dazu zählen zum Beispiel die Möglichkeiten

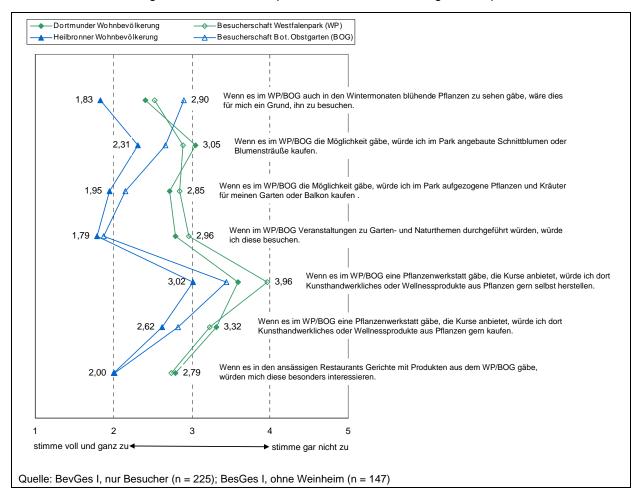
- auch in den für gewöhnlich tristeren Wintermonaten blühende Gartenpflanzen zu sehen,
- vermehrt angebotene Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen zu besuchen,
- im Park erzeugte Produkte wie Schnittblumen, Pflanzen, Obst oder Kräuter zu kaufen,
- in Cafés und Restaurants Gerichte mit Zutaten aus dem Park zu probieren oder
- in Kursen das Herstellen von Kunsthandwerklichem o. ä. aus Pflanzenmaterialen selbst zu erlernen oder derlei Produkte käuflich zu erwerben.

Zur Abschätzung der Chancen des Nachhaltigen Stadtparks wurden diese wichtigsten Bausteine im Vorfeld der Umgestaltung der Stadtbevölkerung und der Besucherschaft vorgestellt, um das Interesse der verschiedenen Nutzergruppen und deren Nutzungswahrscheinlichkeit zu ermitteln.

Wie der Blick auf die Befragungsergebnisse zeigt, stießen die Vorhaben auf deutliches Interesse bei den Befragten. Besonders interessiert waren die in Heilbronn Befragten. Dass dort gerade auch die bisherigen Nichtbesucher des Botanischen Obstgartens (siehe Tabelle 10.1) Gefallen an den Plänen fanden, lässt sich vermutlich mit dem Reiz des Neuen in der eigenen Stadt begründen, von dessen Existenz die meisten bis dato noch keine Kenntnis hatten.

Im Botanischen Obstgarten würden Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen auf besonderen Anklang treffen. Im Westfalenpark wären das ganze Jahr über blühende Pflanzenflächen der Publikumsmagnet der Parknutzerinnen und -nutzer.

Abb. 10.4: Zustimmung zu einzelnen Konzeptelementen des Nachhaltigen Stadtparks, Mittelwerte



Wie die Tab. 10.1 zeigt, fühlten sich auch bisherige Nichtbesucher der beiden Modellparks (Besucher anderer Parks) und solche Befragte, die generell keine öffentlichen Parkanlagen aufsuchen, durch die Angebotserweiterung des Nachhaltigen Stadtparks angesprochen und konnten sich eine Nutzung vorstellen. Einen hohen Stellenwert hatten dabei die ganzjährig vorhandenen Blühflächen und die Konsumangebote. Die Pflanzenwerkstatt bedarf dagegen noch einer gewissen Gewöhnung.

Tab. 10.1: Zustimmung zu den einzelnen Konzeptelementen des Nachhaltigen Stadtparks²⁵

		Dortmund		Heilbronn		
	Besucher WP	Besucher anderer Parks	Nichtbe- sucher von Parks	Besucher BOG	Besucher anderer Parks	Nichtbe- sucher von Parks
Wenn es im WP/BOG auch in den Wintermonaten blühende Pflanzen zu sehen gäbe, wäre dies für mich ein Grund, ihn zu besuchen.	61 %	46 %	48 %	81 %	67 %	62 %
Wenn es im WP/BOG die Möglichkeit gäbe, würde ich im Park angebaute Schnittblumen oder Blumensträuße kaufen.	39 %	30 %	21 %	62 %	48 %	58 %

 25 kumulierte Prozente der Skalenwerte 1 und 2; Skala von 1 "stimme voll und ganz zu" bis 5 "stimme überhaupt nicht zu"

37

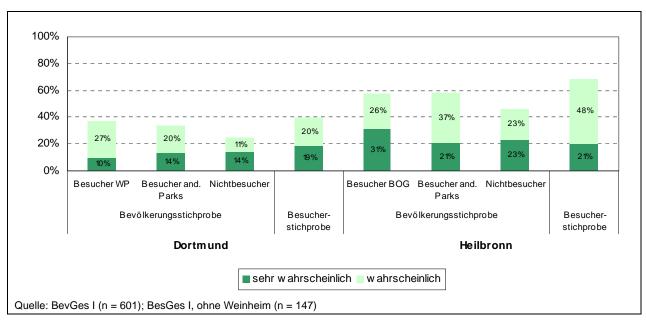
		Dortmund		Heilbronn			
	Besucher WP	Besucher anderer Parks	Nichtbe- sucher von Parks	Besucher BOG	Besucher anderer Parks	Nichtbe- sucher von Parks	
Wenn es im WP/BOG die Möglichkeit gäbe, würde ich im Park aufgezogene Pflanzen oder Kräuter für meinen Garten oder Balkon kaufen.	50 %	30 %	43 %	79 %	54 %	46 %	
Wenn im WP/BOG Veranstaltungen zu Garten- und Naturthemen durchgeführt würden, würde ich diese besuchen.	46 %	37 %	29 %	81 %	47 %	46 %	
Wenn es im WP/BOG eine Pflanzenwerkstatt gäbe, die Kurse anbietet, würde ich dort Kunsthandwerkliches oder Wellnessprodukte aus Pflanzen gern selbst herstellen.	26 %	24 %	11 %	38 %	21 %	23 %	
Wenn es im WP/BOG eine Pflanzenwerkstatt gäbe, die Kurse anbietet, würde ich dort Kunsthandwerkliches oder Wellnessprodukte aus Pflanzen gern kaufen.	26 %	23 %	18 %	50 %	37 %	40 %	
Wenn es in den ansässigen Restaurants Gerichte mit Produkten aus dem WP/BOG gäbe, würden mich diese besonders interessieren.	45 %	38 %	25 %	74 %	53 %	56 %	

Quelle: BevGes I (n = 601)

Unabhängig davon, worin sich das Besucherinteresse begründete, die Ergebnisse zeigen klar auf, dass der Nachhaltige Stadtpark ein größeres Publikum in die Parks bringen kann.

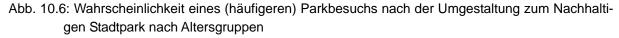
46 % der Heilbronner bzw. 25 % der Dortmunder Nichtbesucher hielten es für wahrscheinlich, den jeweiligen Park nach der Umgestaltung zu besuchen. Bei denjenigen, die bereits aktuell die beiden Modellparkanlagen aufsuchen, führen die zusätzlichen Angebote wahrscheinlich bis sehr wahrscheinlich zu einer häufigeren Nutzung als bisher.

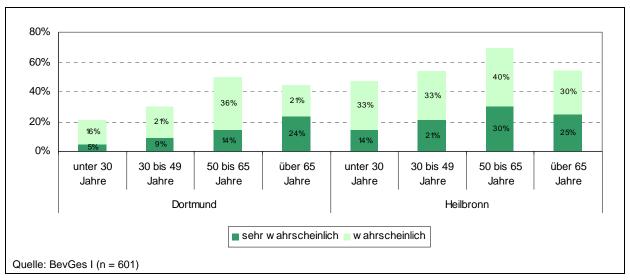
Abb. 10.5: Wahrscheinlichkeit eines (häufigeren) Parkbesuchs nach der Umgestaltung zum Nachhaltigen Stadtpark²⁶



Als besonders wahrscheinlich, die Parks nach deren Umgestaltung aufzusuchen, schätzten es die älteren Befragten ab einem Alter von 50 Jahren ein.

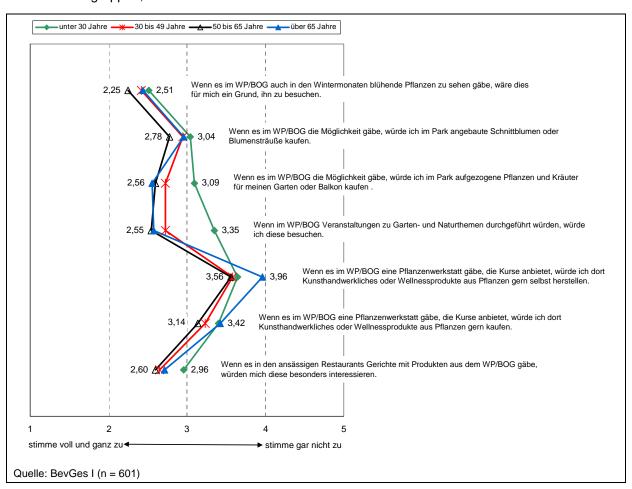
 $^{^{\}rm 26}$ Skala von 1 "sehr wahrscheinlich" bis 5 "sehr unwahrscheinlich"





Sie waren besonders an den Konsum- und Weiterbildungsangeboten sowie den neuen Pflanzenattraktionen mit den über das gesamte Jahr verteilten Blütezeiten interessiert.

Abb. 10.7: Zustimmung zu den einzelnen Konzeptelementen des Nachhaltigen Stadtparks nach Altersgruppen, Mittelwerte



Teil III Akzeptanz des Nachhaltigen Stadtparks

11 Die Nutzung des Nachhaltigen Stadtparks Florians Garten

11.1 Besuchsgewohnheiten und Besuchsmotive

Der Westfalenpark ist bei der Dortmunder Bevölkerung sehr beliebt. Mehr als drei Viertel der 300 im Jahr 2008 befragten Einwohnerinnen und Einwohner besuchen den Park regelmäßig. Dies deckt sich in etwa mit den Erfahrungen aus der ersten Befragung im Jahr 2005, in der 61 % der Befragten regelmäßige Besuche des Westfalenpark angegeben hatten.

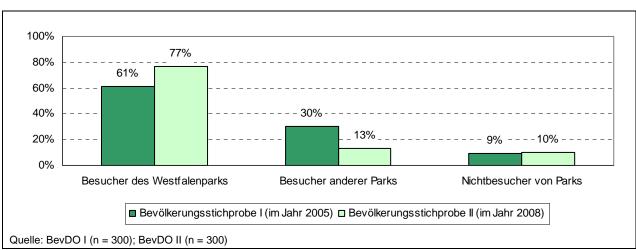


Abb. 11.1: Typologie der Parkbesucher/Nicht-Parkbesucher in den Befragungen der Wohnbevölkerung

Auch bis weit über die Stadtgrenzen hinaus stellt der Westfalenpark ein geschätztes Ausflugsziel dar. Ein Viertel der im Frühjahr 2008 direkt im Westfalenpark befragten Besucher wohnte nicht in Dortmund. In der Stichprobe der Befragung aus dem Jahr 2005 hatte der Anteil der auswärtigen Besucher sogar 42 % betragen.

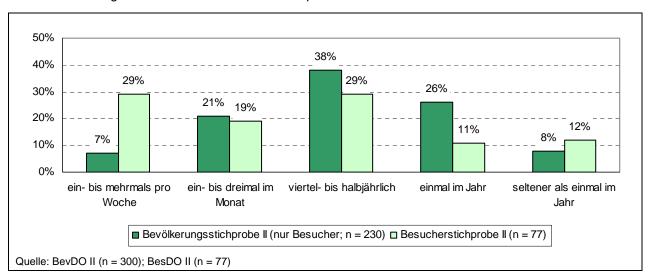


Abb. 11.2: Häufigkeit des Besuchs des Westfalenparks

Der Großteil der Befragten besucht den Westfalenpark in zeitlichen Abständen von mehrmals monatlich bis zweimal im Jahr. Besitzerinnen und Besitzer von Jahreskarten sind in der Re-

gel an einem oder mehreren Tagen in der Woche im Park anzutreffen. Auswärtige Besucherinnen und Besucher kommen weniger häufig in den Westfalenpark als Ortsansässige, halten sich dafür zumeist aber länger auf (arithmetisches Mittel: 194 vs. 168 Minuten; Besucherbefragung II, n = 77). Auch Familien mit Kindern verbringen bei ihren Besuchen im Schnitt mehr Zeit (193 Minuten) im Westfalenpark als Mehrpersonenhaushalte ohne Kinder (180 Minuten) oder Singlehaushalte (116 Minuten).

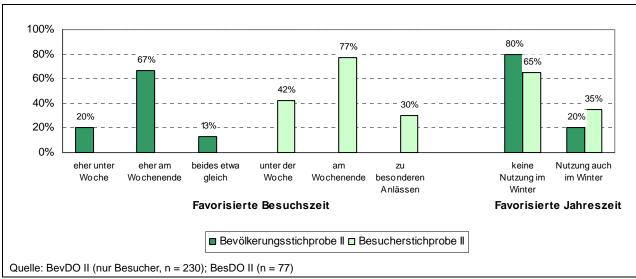


Abb. 11.3: Favorisierte Zeiten für Besuche des Westfalenparks*

Beliebteste Zeiten für die Besuche sind Wochenenden und Feiertage - überwiegend in den wärmeren Monaten des Jahres, auch weil dann verschiedenste Veranstaltungen willkommene Anlässe für Besuche darstellen. Jeder Fünfte der befragten Dortmunder Einwohnerinnen und Einwohner bzw. jeder Dritte der direkt im Westfalenpark interviewten Besucherinnen und Besucher kommt auch im Winter in den Park. Letztgenannte begründeten ihre ganzjährigen Besuche damit, den Wechsel der Jahreszeiten genießen (84 % Nennungen, BesDO II) und regelmäßig spazieren gehen zu wollen (76 %), was sich im für sie nahe gelegenen (64 %) und als schön empfundenen Westfalenpark (48 %) gut realisieren ließe.²⁸

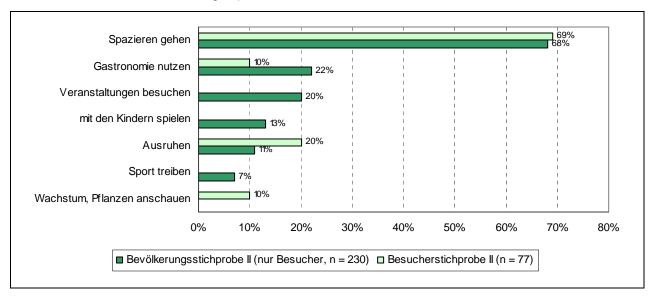
Viele Besucherinnen und Besucher kommen der schönen Anlage wegen in den Westfalenpark, um darin - in individuell ganz verschiedener Art und Weise - Erholung und Entspannung zu finden und spazieren zu gehen. Gern werden auch die im Park ansässigen gastronomischen Einrichtungen oder kulturelle Veranstaltungen besucht. Für die unter 30-Jährigen ist das Zusammensein mit Freunden das Hauptmotiv für den Besuch des Westfalenparks (Bev-DO II, Nennung von 30 % der Befragten dieser Altersgruppe). Familien schätzen die vielfältigen Angebote für Kinder, die der Westfalenpark ihnen bietet (37 %). Ältere Befragte sind von den verschiedenen Pflanzenattraktionen fasziniert (50- bis 65-Jährige 40 %, über 65-Jährige 37 %), die überdies aber auch für jüngere Altersgruppen interessant sind. 12 % der unter 30-Jährigen und 23 % der 30- bis 49-Jährigen hoben die besondere Attraktivität der Gartenanlage sowie deren schöne Bepflanzung (7 und 14 %, BevDO II) hervor.

^{*} Die Formulierung der Frage nach der favorisierten Besuchszeit variierte zwischen den beiden Befragungen.

²⁷ 28 der 77 direkt im Park Befragten besitzen eine Jahreskarte. 82 % von ihnen (= 25 % der gesamten BesDO II) besuchen den Westfalenpark ein- bis mehrmals die Woche.

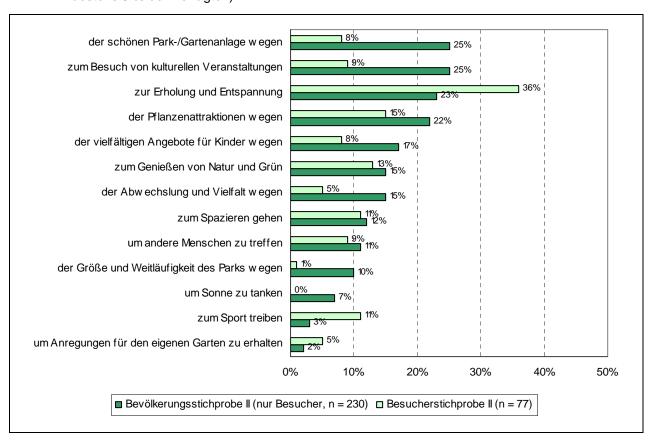
²⁸ Frage in BesDO II: In welcher Jahreszeit besuchen Sie den Westfalenpark? Und warum?

Abb. 11.4: Aktivitäten beim Besuch des Westfalenparks (Mehrfachantworten, nur Nennungen von mindestens 10 % der Befragten)



Gerade auch bei denjenigen, die privat über einen eigenen Garten verfügen können, dominieren die gärtnerischen Themen bei den Besuchsmotiven (Nennungen von 25 % der Befragten mit Garten) gleichauf mit der Teilnahme an Veranstaltungen (26 %).

Abb. 11.5: Motive für den Besuch des Westfalenparks (Mehrfachantworten, nur Nennungen von mindestens 5 % der Befragten)



Diese Aussagen korrespondieren mit weiteren Ergebnissen aus der Besucherbefragung in 2008, wonach 59 % der aktuellen Besucherinnen und Besucher Lieblingsplätze im Westfalenpark aufzählten, die sich durch ihr schönes und ruhiges Ambiente auszeichnen. Am häufigsten genannt wurden dabei die Rosengärten, der Japanische Garten und die verschiedenen Wasserbereiche.

11.2 Die Akzeptanz des Nachhaltigen Stadtparks Florians Garten

Entsprechend positiv ist die Resonanz der verschiedenen Nutzergruppen auf die im Florians Garten bereits vorgenommenen oder noch geplanten gartenbaulichen und gärtnerischen Veränderungen.

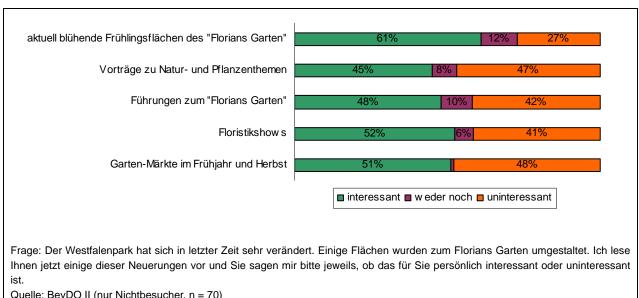
Tab. 11.1: Nutzung des Florians Garten durch die Stadtbewohner und Parkbesucher

Haben Sie die Angebote	Bevölkerungsstichprobe DO II (nur Besucher, n = 230)				Besucherstichprobe DO II (n = 77)				
schon angeschaut, be- sucht, genutzt?	ja, mehr- mals	ja, einmal	nein, möchte ich aber noch	nein, möchte ich nicht	ja, mehr- mals	ja, einmal	nein, möchte ich aber noch	nein, möchte ich nicht	
aktuell blühende Frühlingsflä- chen des Florians Garten	9 %	9 %	62 %	20 %	27 %	27 %	39 %	7 %	
Vorträge zu Natur- und Pflan- zenthemen	4 %	6 %	22 %	68 %	3 %	12 %	23 %	62 %	
Führungen zum Florians Garten	1 %	4 %	31 %	64 %	-	3 %	23 %	74 %	
Floristikshows	2 %	5 %	31 %	62 %	8 %	5 %	17 %	70 %	
Garten-Märkte im Frühjahr und Herbst	11 %	10 %	34 %	45 %	25 %	9 %	17 %	49 %	

Die während der Befragungen im Mai 2008 in voller Blüte stehenden Frühlingsflächen des Florians Garten trafen dabei auf den größten Zuspruch, d.h. die regelmäßigen Besucherinnen und Besucher des Westfalenparks hatten sie entweder bereits häufig angeschaut oder hatten dies noch vor. Bei den bisherigen Nichtbesuchern des Westfalenparks riefen sie das größte Interesse hervor.

Ähnliches ließ sich für die zum Befragungszeitpunkt noch in der Planung befindlichen Neuerungen feststellen, die Besucher und Nichtbesucher gleichermaßen interessierten. Zu diesen Weiterentwicklungen des Parkkonzepts gehören ein Naschgarten mit Beeren und Streuobstwiesen, ein Duft- und Aromenbach, der im Sommer nach Kräutern und Zitruspflanzen duftet, und neue Aufenthaltsbereiche mit mediterranem Flair.

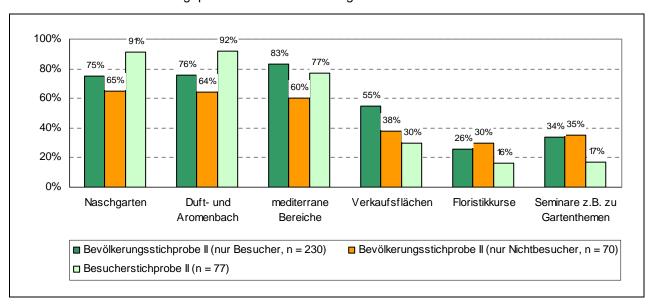
Abb. 11.6: Interesse der bisherigen Nichtbesucher am Florians Garten



Quelle: BevDO II (nur Nichtbesucher, n = 70)

Sobald im Florians Garten geerntet werden kann, kommen Verkaufsflächen in den Eingangsbereichen hinzu, in denen man im Westfalenpark erzeugte, saisonale Floristik- und Dekorationsprodukte erwerben kann. Solche Einkaufsgelegenheiten sprechen überdurchschnittlich die befragten Frauen an (63 % Interesse, BevDO II), die sich darin signifikant von den Männern unterschieden (38 %; p < .01). Zudem sollen später Floristikkurse und Seminare zu Garten- und Naturthemen angeboten werden, an denen eine große Anzahl Befragter Gefallen findet. Floristikkurse treffen ebenfalls auf ein höheres Interesse des weiblichen (38 %), aber in besonderem Maße auch des älteren Publikums über 65 Jahre (46 %). Noch ausgeprägter ist das Interesse der über 65-Jährigen an Seminaren zu Gartenthemen, hier zeigten sich 53 % der ältesten Befragten an einer Teilnahme interessiert und unterschieden sich dabei signifikant von den unter 50-Jährigen, die mit 22 % (unter 30-Jährige) bzw. 28 % (30- bis 49-Jährige) ein unterdurchschnittliches Interesse zeigten.

Abb. 11.7: Interesse an den geplanten Weiterentwicklungen des Florians Garten



Alles in allem findet das Gesamtkonzept des Florians Garten große Zustimmung bei der Stadtbevölkerung und der Besucherschaft des Westfalenparks (siehe Abb. 11.8).

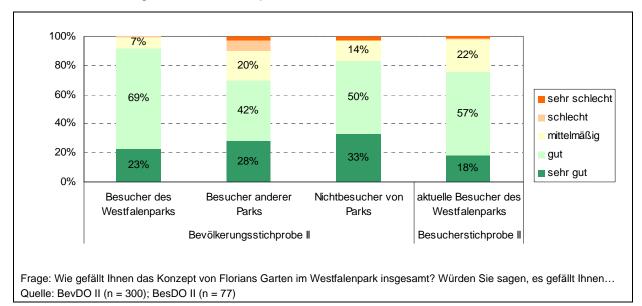


Abb. 11.8: Bewertung des Gesamtkonzepts Florians Garten

Für viele bisherige Nichtbesucher des Westfalenparks stellt Florians Garten zudem einen Besuchsanreiz dar, denn 28 % derjenigen, die bislang ausschließlich andere Parkanlagen als den Westfalenpark aufsuchen, und 31 % derjenigen, die bis dato überhaupt keine Parks aufsuchen, zeigten sich auf jeden Fall interessiert. Dazu kommen 43 bzw. 23 %, für die das neue Konzept Florians Garten Anlass genug bietet, um darüber nachzudenken und einen Besuch vielleicht in Erwägung zu ziehen.

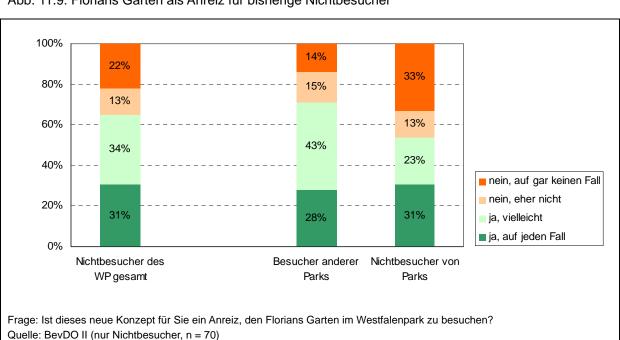


Abb. 11.9: Florians Garten als Anreiz für bisherige Nichtbesucher

11.3 Verbesserungswünsche der Nutzerinnen und Nutzer

In sämtlichen Erhebungen bekamen die Befragten die Gelegenheit offen ihre Verbesserungswünsche gegenüber dem Westfalenpark zu formulieren.

Jeweils etwa die Hälfte der Befragten stellte keine Verbesserungsmöglichkeiten fest bzw. der Westfalenpark gefiel ihnen "ohne Wenn und Aber". Die Übrigen formulierten eine ganze Reihe von Aspekten, die den Park in ihren Augen bereichern würden. Häufig genannt wurden eine Ausweitung des Angebots für Kinder, der Sportmöglichkeiten, aber auch der Zahl der Sitzgelegenheiten und Rückzugsräume. Kritik wurde anfänglich auch an der im Park ansässigen Gastronomie und den Eintrittspreisen geübt, wobei dies in der zweiten Befragung im Jahr 2008 kaum noch relevant war.

Tab. 11.2: Verbesserungsvorschläge zum Westfalenpark (Mehrfachantworten, nur Nennungen von mindestens 5 % der Befragten)

	BevDO I	BesDO I	BevDO II	BesDO II
	(nur Besucher, n		(nur Besucher, n	
	= 183)	(n = 74)	= 230)	(n = 77)
keine Ideen, fällt mir nichts zu ein	36 %	47 %	32 %	32 %
gefällt mir so, wie er ist	20 %	5 %	18 %	18 %
Eintrittspreis zu teuer	11 %	8 %	4 %	3 %
noch mehr Angebote für Kinder	10 %	10 %	6 %	1 %
Gastronomie verbessern	9 %	20 %	6 %	-
mehr Sportmöglichkeiten	8 %	5 %	1 %	1 %
mehr Sitzgelegenheiten, Rückzug	8 %	5 %	5 %	13 %
mehr Naturbelassenheit	6 %	-	1 %	-
Verbesserung der Bepflanzung	5 %	5 %	4 %	3 %
bessere Beschilderung, Info	-	13 %	1 %	13 %
mehr Abfallbehälter	-	13 %	-	-
größeres Flamingo-Gehege	-	-	-	16 %

Frage: Was fehlt Ihrer Meinung nach? Was würde den Westfalenpark/Florians Garten noch bereichern oder verbessern?

Von den direkt im Park Befragten kamen Aspekte zur Sprache, die womöglich nur beim konkreten Aufenthalt vor Ort auffallen, denn sie spielten in den Ausführungen der telefonisch Befragten keine Rolle. Dazu zählen der Wunsch nach mehr Beschilderungstafeln und Beschriftungen, aber auch nach mehr Abfallbehältern, wobei Letztgenanntes nur in 2005 ein Problem darstellte. Ein spezielles Thema in 2008 war das Gehege der im Westfalenpark gehaltenen Flamingos, welches nach Meinung der Westfalenparkbesucher vergrößert werden sollte.

11.4 Erfolgsbewertung des Konzepts in Dortmund

Für eine Bewertung des Erfolgs des Nachhaltigen Stadtparks Florians Garten auf der Grundlage der Befragungsergebnisse muss berücksichtigt werden, dass die beiden hierfür vorrangig herangezogenen Nacherhebungen zu einem sehr frühen Zeitpunkt, nämlich bereits zwei Monate nach der Eröffnung des Florians Garten erfolgten. Dies war durch die begrenzte Projektlaufzeit, aber auch die im Vorfeld aufgetretenen unvermeidlichen Verzögerungen bei der Parkumgestaltung bedingt und brachte zwei Nachteile mit sich: Zum einen konnten bislang allein die Frühlingsflächen einen ersten optischen Eindruck über das nachhaltige Bepflan-

zungskonzept vermitteln. Das Bild der ganzjährig vorhandenen Blühflächen fehlte dagegen noch und bedurfte vorerst entscheidend der Vorstellungskraft der Befragten. Zum zweiten hatte die erst kurz zurückliegende Eröffnung des Florians Garten ganz offensichtlich dazu geführt, dass große Teile der Dortmunder Wohnbevölkerung noch keine Möglichkeiten zur Besichtigung hatten. Diesen Schluss legt zumindest der Vergleich der prozentualen Anteile derjenigen aus der Bevölkerungs- und aus der Besucherstichprobe nahe, die die Angebote des Florians Garten bereits angeschaut, besucht oder genutzt haben (siehe Tabelle 11.1).

Gleichwohl zeichnet sich auf der Grundlage der gewonnenen Erkenntnisse schon jetzt ab, dass sich neben der Neugestaltung der Flächen mit verschiedenen Pflanzenattraktionen auch die Garten-Märkte, auf denen die Besucher regelmäßig im Frühjahr und Herbst Floristik, Gartenpflanzen, Kräuter und Naturkost erwerben können, großer Beliebtheit erfreuen. Etwa die Hälfte der Befragten in den verschiedenen Stichproben haben solche Märkte entweder schon besucht oder haben es noch vor. Optimistisch darf das auch von den noch in der Planung befindlichen Verkaufsflächen in den Eingangsbereichen des Westfalenparks angenommen werden, wo im Florians Garten erzeugte saisonale Floristik- und Dekorationsprodukte zu erwerben sein sollen, die bereits zum jetzigen Zeitpunkt bei großen Teilen der Befragten auf Interesse stoßen. Für einen Blumenstrauß aus Florians Garten würden die Befragten nach eigenen Aussagen im Schnitt (Medianwerte) 5 Euro (BesDO II) bzw. 10 Euro (BevDO II, nur Besucher) ausgeben. 20 bzw. 4 % der Befragten waren allerdings nicht bereit, dafür zu bezahlen.

Die Weiterbildungsangebote des Florians Garten sprechen bislang vor allem die Älteren (ab 50 Jahre) an. Je älter die Befragten waren, desto häufiger hatten sie bereits an Vorträgen von Gartenexperten zu Naturthemen, Führungen zum Florians Garten und den Floristik-Shows teilgenommen bzw. desto mehr hatten sie das noch vor.

Auch die noch in Planung befindlichen Floristik-Kurse und Seminare zu Gartenthemen treffen bei den Älteren auf ein deutlich größeres Interesse als bei den Jüngeren. Das offensichtlich große Interesse vieler Älterer an Gartenthemen lässt sich auch an weiteren Untersuchungsergebnissen festmachen: So meinten die über 65-Jährigen mit jeweils 53 % zustimmender Antworten deutlich häufiger als die übrigen Altersgruppen, gut über in unseren Breiten vorkommende Pflanzen aus Garten und Natur Bescheid zu wissen (Signifikanzniveau p < .01) bzw. gern mehr über sie zu erfahren (BevDO II: < 30 Jahre: 12 bzw. 23 %, 30-49 Jahre: 25 bzw. 39 %, 50-65 Jahre: 31 bzw. 47 %).

Die akzeptierten Kosten für solche Seminare liegen nach Angaben der Befragten bei 5 Euro (Medianwert, BesDO II) bzw. 10 Euro (BevDO II). 29 % bzw. 16 % der Befragten waren nicht bereit, dafür zu bezahlen. Wenn bei größeren Veranstaltungen zusätzlich Floristik-Shows angeboten werden würden, hielten 56 % (BevDO II) bzw. 44 % (BesDO II) einen etwas erhöhten Eintrittspreis für gerechtfertigt.

12 % der repräsentativ befragten Dortmunder Bürger konnten sich zudem vorstellen, selbst bei der Pflege und Erhaltung des Florians Garten mitzuwirken. Unter den im Park direkt Befragten betrug dieser Anteil 4 %. Die Mitwirkungsbereiten hatten dabei vornehmlich die Pflege der Anlagen wie Unkraut jäten oder Pflanzarbeiten im Sinn.

Den weit überwiegend meisten Besuchern gefiel das Gesamtkonzept des Florians Garten gut bis sehr gut (BevDO II, nur Besucher, 92 % positive Antworten; BesDO II, 75 %). Ähnlich viele Befragte meinen, dass der Florians Garten für sie eine neue Attraktion im Westfalen-

park werden kann, die man z.B. auch seinen Besuchern gern vorführt (91 bzw. 85 % Zustimmung). 15 bzw. 12 % der Befragten waren an Jahreskarten interessiert.

Knapp drei Viertel der Dortmunder Westfalenparkbesucher, die privat über einen eigenen Garten verfügen können (BevDO II, nur Besucher, 73 %), halten den Florians Garten für eine gute oder sehr gute Alternative zum eigenen Garten, weil er weitläufiger ist und mehr Vielfalt bietet als der eigene Garten und zudem viele Anregungen für zuhause bereithält. Letztgenanntes lässt sich auch dadurch untermauern, dass Gartenbesitzer deutlich häufiger als Nicht-Gartenbesitzer die angebotenen Vorträge und Führungen besuchen.

Für die Nicht-Gartenbesitzer stellt der Florians Garten einen adäquaten Ersatz für einen eigenen Garten dar (88 % Zustimmung), weil er Erholung im Grünen bzw. in einer blühenden Pflanzenvielfalt ermöglicht.

Diejenigen, die den Westfalenpark bisher nicht besuchen (BevDO II, nur Nichtbesucher), begründen dies mit seiner für sie ungünstigen Lage (32 %), dem Eintrittspreis (28 %), fehlender Zeit (20 %) und gesundheitlichen Gründen (11 %). Nachdem ihnen der Florians Garten vorgestellt wurde, ist er dennoch für 31 % der bisherigen Nichtbesucher des Westfalenparks in jedem Fall ein Anreiz für einen Besuch, für weitere 34 % gibt er Anlass, um darüber nachzudenken.

12 Die Nutzung des Nachhaltigen Stadtparks Botanischer Obstgarten Heilbronn

12.1 Besuchsgewohnheiten und Besuchsmotive

Im Zuge seiner Umgestaltung in einen Nachhaltigen Stadtpark hat der Botanische Obstgarten deutlich an Bekanntheit gewonnen. Während in der ersten Erhebung im Jahr 2005 die meisten befragten Heilbronner Bürger angegeben hatten, ihn nicht zu kennen, und nur 42 der 301 Befragten (BevHN I, 14 %) regelmäßige Besucher des BOG waren, waren dies im Jahr 2007 bereits 112 von 320 Befragten (BevHN II, 35 %).

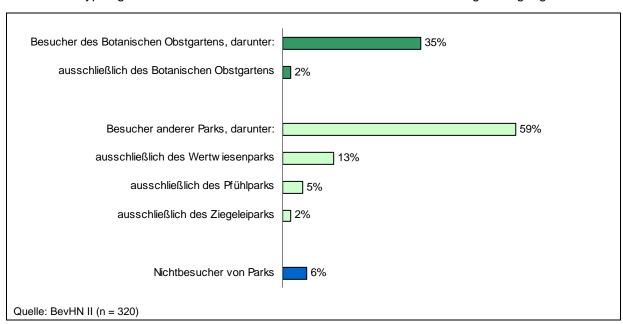


Abb. 12.1: Typologie der Parkbesucher/Nicht-Parkbesucher in der Bevölkerungsbefragung 2007

Mitverantwortlich für diese positive Entwicklung ist eine intensive Öffentlichkeitsarbeit. Mehr als die Hälfte der während des Herbstmarktes 2007 befragten Besucher (BesHN II, 53 %) hatten vom Botanischen Obstgarten aus der Presse erfahren, weitere 23 % waren durch Freunde und Bekannte auf ihn aufmerksam gemacht worden.

Dabei ist der BOG bis weit über die Stadtgrenzen hinaus beliebt, denn 44 % der im Jahr 2007 direkt im Park Interviewten wohnten nicht in Heilbronn. In der ersten Befragung 2005 waren es 40 % auswärtige Obstgartenbesucher gewesen.

Beliebteste Zeiten für einen Besuch des BOG sind Wochenenden und Feiertage, auch weil dann häufig besondere Anlässe wie beispielsweise die halbjährlich organisierten Märkte oder vielfältige kulturelle Veranstaltungen oder kulinarische Erlebnisse locken.

Entfernung des Wohnorts Woher kennen Sie den Botanischen Obstgarten? durch Wohnort über 5% Veranstaltungsplakate, 50 km entfernt Flyer Wohnort bis 50 km entfernt (20%) selbst entdeckt 13% vohnhaft in durch Freunde/ 23% Heilbronn Bekannte Wohnort bis (56%) 10 km entfernt (16%)aus der (Lokal-) Presse

Abb. 12.2: Wohnort der Besucherinnen und Besucher sowie Kenntnisquelle des BOG

Die Mehrzahl der Befragten sucht den Park in drei- bis sechsmonatigen Abständen oder seltener auf. Dieses Ergebnis ließ sich so bereits in der Vorherbefragung feststellen, wo 5 % der befragten Bürgerinnen und Bürger und 16 % der befragten Obstgartenbesucher den BOG in kürzeren Zeitabständen aufsuchten.

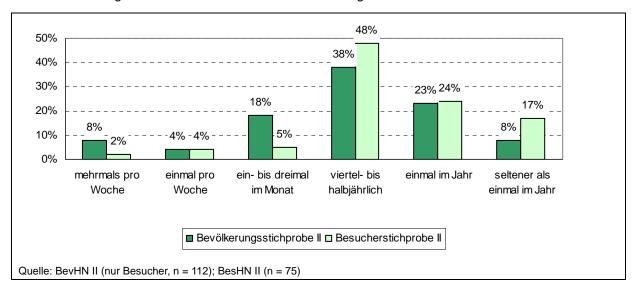


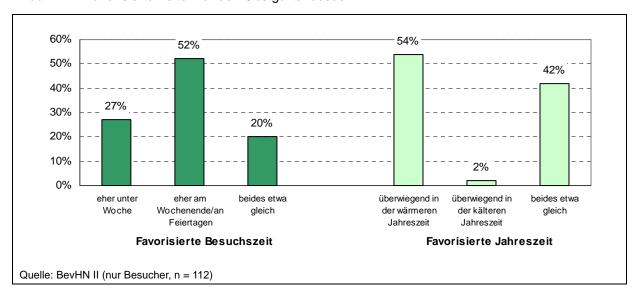
Abb. 12.3: Häufigkeit des Besuchs des Botanischen Obstgartens

Besucherstichprobe II (n = 75)

Ältere Befragte im Rentenalter sind häufiger auch unter der Woche im Botanischen Obstgarten anzutreffen (BevHN II: 36 %). Für gewöhnlich verbringen die Besucherinnen und Besucher anderthalb bis zwei Stunden im BOG. Auswärtige Besucher kommen in längeren Zeitabschnitten in den Park, bleiben dann im Schnitt aber länger (BesHN II: Ortsansässige 96 min, Auswärtige 123 min).

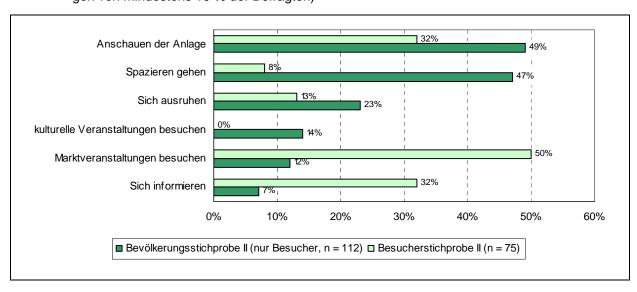
Die meisten Besucherinnen und Besucher des Botanischen Obstgartens haben eine Präferenz für die wärmeren Monate des Jahres. 45 % der telefonisch befragten Heilbronner Bürger und 18 % der während des Herbstmarktes Interviewten nutzen den BOG aber das ganze Jahr über. Letztgenannte begründeten ihre über das ganze Jahr verteilten Besuche überwiegend mit ihrer Faszination für den Wechsel der Jahreszeiten.

Abb. 12.4: Favorisierte Zeiten für den Obstgartenbesuch

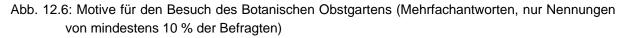


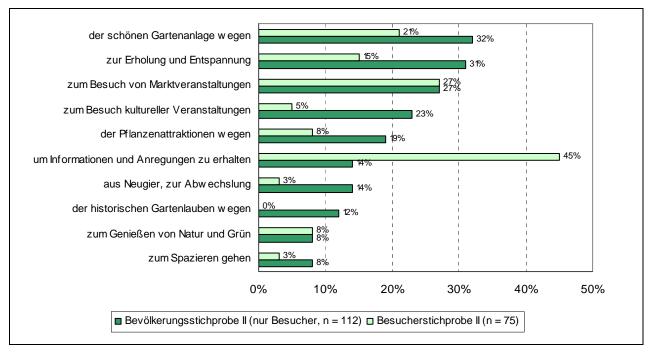
Die meisten befragten Heilbronnerinnen und Heilbronner kommen in den Botanischen Obstgarten, um sich die schöne Gartenanlage mit ihren besonderen Pflanzen und den historischen Gartenlauben anzuschauen, spazieren zu gehen und Ruhe und Erholung vom Alltag zu finden. Kulturelle Veranstaltungen und Märkte geben für sie ebenfalls willkommene Anlässe für einen Besuch ab. Die einzelnen Altersgruppen unterscheiden sich in ihren Besuchsmotiven nur marginal.

Abb. 12.5: Aktivitäten beim Besuch des Botanischen Obstgartens (Mehrfachantworten, nur Nennungen von mindestens 10 % der Befragten)



Die direkt im BOG Befragten waren durch den Herbstmarkt zum Besuch motiviert worden und wollten sich informieren und Anregungen zu erhalten. Die meisten von ihnen (60 %) waren deswegen schon zum wiederholten Mal da und bestätigten damit, dass sich die Marktveranstaltungen zu einem Publikumsmagnet entwickelt haben. Beim Anschauen der Anlage begeistern die verschiedenfarbigen Staudenflächen, die von 32 % der Befragten (BesHN II) als Lieblingsplätze beschrieben wurden, die historischen Lauben und Gartenhäuser (24 %) sowie der Maurische Garten (16 %) und das Bienenhaus (16 %).



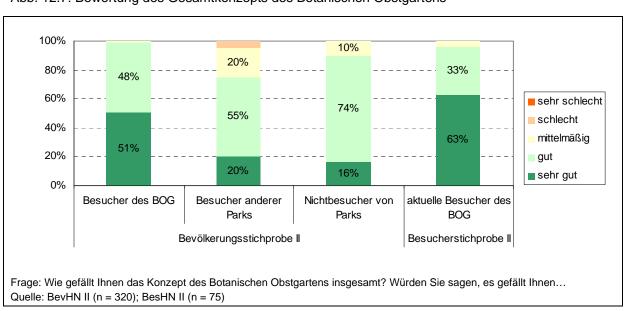


Diejenigen Befragten, die den Botanischen Obstgarten zwar kennen, aber nicht besuchen (BevHN II, n = 71), begründen dies mit der für sie persönlich ungünstigen Lage (32 %), Zeitmangel (27 %) oder einer Präferenz für andere Formen der Freizeitgestaltung (14 %).

12.2 Die Akzeptanz des Nachhaltigen Stadtparks

Die Umgestaltungen des Botanischen Obstgartens treffen bei den Heilbronner Einwohnern und den Parkbesuchern auf große positive Resonanz.

Abb. 12.7: Bewertung des Gesamtkonzepts des Botanischen Obstgartens



Das neue Konzept des Botanischen Obstgartens insgesamt wird sowohl von der Wohnbevölkerung als auch von den Besucherinnen und Besuchern als sehr gut bis gut bewertet. Dies trifft in besonderem Maße auf solche Befragten zu, die den BOG bereits aktuell nutzen, gilt aber auch für die bisherigen Nichtbesucher des Botanischen Obstgartens, die in den Umgestaltungen einen Anreiz sehen, ihn in jedem Fall einmal zu besuchen (42 %, BevHN II, nur Nichtbesucher, n = 188) bzw. dies zumindest in Erwägung zu ziehen (44 %).

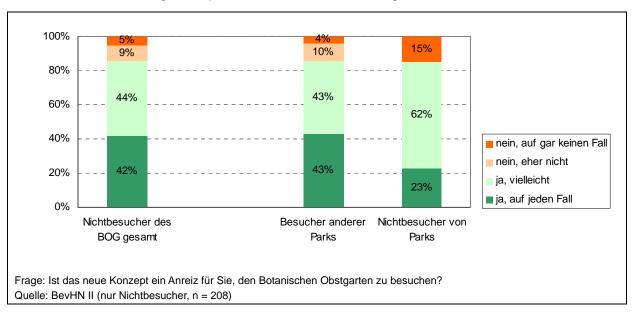


Abb. 12.8: Der Nachhaltige Stadtpark BOG als Anreiz für bisherige Nichtbesucher

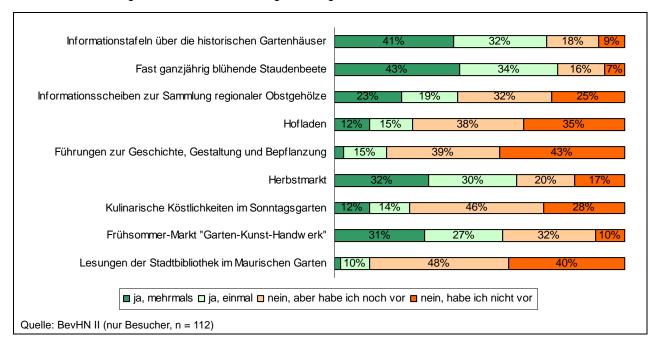
Auf den größten Zuspruch trifft das nachhaltige Bepflanzungskonzept, welches nun in den Randbereichen des Parks nahezu ganzjährig blühende Staudenflächen mit verschiedenen Schwerpunktsetzungen in ganz unterschiedlichen Farbkompositionen bereithält, die sich mit dem bereits bestehenden Arboretum, den Themengärten, den historischen Gartenhäusern und den Wirtschaftsgebäuden zu einem reizvollen Gesamtbild vereinen.

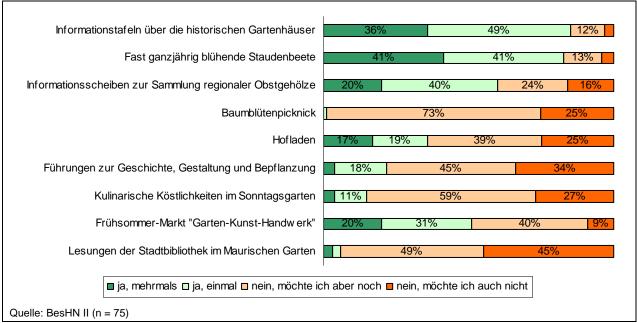
Besonders angesprochen fühlen sich die Gartenfans, die häufig selbst über einen eigenen Garten²⁹ verfügen können und sich im Botanischen Obstgarten inspirieren lassen und informieren wollen. Deren großes Interesse an Gestaltungstipps und Weiterbildung, welches sich bereits in den Vorherbefragungen fand (siehe Kap. 12.3 - Verbesserungsvorschläge) und daher die Umsetzungsdetails des Konzepts Nachhaltiger Stadtpark mit beeinflusste, wird nun noch durch verschiedene neue Angebote befriedigt, die von den Besucherinnen und Besuchern gut angenommen wurden. So finden sich beispielsweise an den meisten Obstgehölzen im Arboretum kleine Emaillescheiben, die Auskunft über die verschiedenen Obstsorten geben. Die historischen Gartenhäuser und Lauben wurden mit Informationstafeln zur Geschichte und Herkunft versehen. Zudem werden nach Vereinbarung thematische Führungen angeboten, in denen man mehr zur Geschichte des Obstgartens, zu seiner Gestaltung und Bepflanzung erfahren kann.

-

²⁹ Anteil der Befragten, die über einen eigenen Garten verfügen können: 75 % (BevHN II, nur Besucher, n = 112); bzw. 69 % (BesHN II, n = 75)

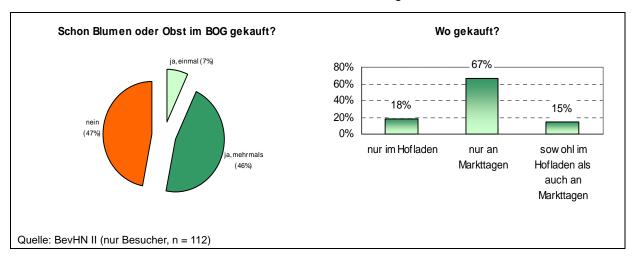
Abb. 12.9: Nutzung des BOG nach der Umgestaltung durch die Stadtbewohner und Parkbesucher





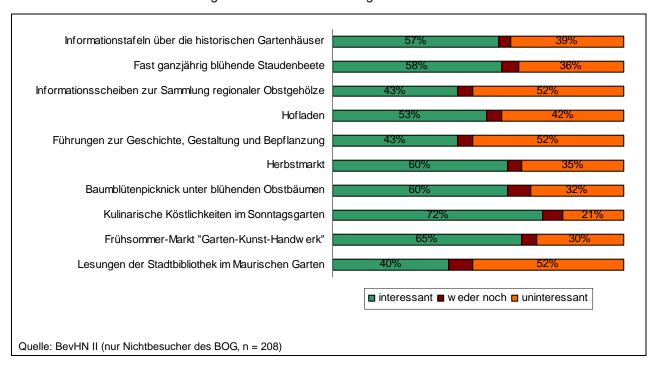
Sehr beliebt sind des Weiteren die beiden Markveranstaltungen - Frühsommer-Markt "Garten-Kunst-Handwerk" und Herbstmarkt - und der Hofladen. Mehr als die Hälfte der telefonisch befragten Wohnbevölkerung (53 %; BevHN II, nur Besucher) haben dort bereits Blumensträuße oder Obst erworben, zumeist bei den Marktveranstaltungen, aber auch im Hofladen, der von Juni bis September immer freitags und samstags nachmittags und bei Veranstaltungen geöffnet ist (siehe Abb. 12.10).

Abb. 12.10: Erwerb von Obst oder Blumen im Botanischen Obstgarten



Die Märkte sind es auch, die auf ein besonderes Interesse bei den bisherigen Nichtbesuchern stoßen. Noch größer ist das Interesse dem Sonntagsgarten gegenüber, bei dem ein Menu aus saisonalen Köstlichkeiten und Weinen der Region in der romantischen Kulisse des Maurischen Gartens angeboten wird.

Abb. 12.11: Interesse der bisherigen Nichtbesucher am umgestalteten BOG



Daneben stießen weitere, im Anschluss an die Befragungen teilweise schon umgesetzte Überlegungen auf Interesse bei den verschiedenen Nutzergruppen. Dazu zählen so unterschiedliche Dinge wie ein kleines Angebot an Kaffee und Kuchen, Kurse zur Stauden- oder Obstgehölzpflege und Blumenbinderkurse mit Pflanzenmaterial aus dem Botanischen Obstgarten, welches auch selbst im eigenen Garten kultiviert werden kann. Zudem wäre die Beschilderung der Beete mit Pflanzennamen eine willkommene Verbesserung für die Obstgartenbesucher.

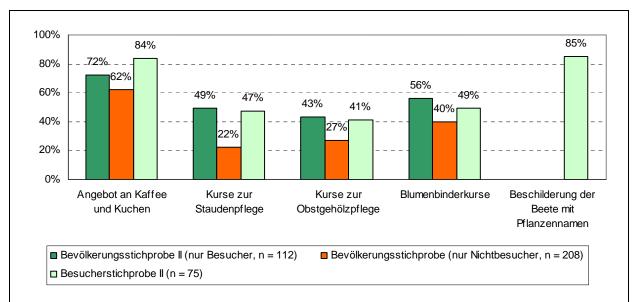


Abb. 12.12: Interesse an möglichen Weiterentwicklungen des Botanischen Obstgartens

12.3 Verbesserungswünsche der Nutzerinnen und Nutzer

Wie bereits im Kapitel über den Westfalenpark angeführt, konnten die Befragten in sämtlichen Erhebungen offen Aspekte benennen, die den Botanischen Obstgarten ihrer Meinung nach bereichern oder verbessern könnten. Wie der Blick auf Tabelle 12.2 zeigt, waren die Verbesserungsvorschläge in den beiden Vorherbefragungen reichlich gewesen und betrafen vornehmlich Gestaltungswünsche nach einer größeren Pflanzenvielfalt, Wasserelementen in Form eines Brunnens oder eines Teiches, einer Vergrößerung des Areals oder einer besseren Informationsweitergabe mittels Beschriftungen, Infotafeln usw.. Während diesbezüglich in den zweiten Befragungen kaum noch Kritik geäußert wurde, weil vieles davon in den Umgestaltungsdetails zum Nachhaltigen Stadtpark berücksichtigt wurde, sieht ein Teil der Befragten nach wie vor Verbesserungspotenziale in den Spielmöglichkeiten für Kinder, in den gastronomischen und kulturellen Angeboten und in einer Aufstockung der Anzahl an Sitzgelegenheiten.

Tab. 12.1: Verbesserungsvorschläge zum Botanischen Obstgarten (Mehrfachantworten, nur Nennungen von mindestens 5 % der Befragten)

	BevHN I	BesHN I	BevHN II	BesHN II
	(nur Besucher,		(nur Besucher,	
	n = 42)	(n = 73)	n = 112)	(n = 75)
keine Ideen, gefällt so, wie er ist	40 %	42 %	54 %	65 %
mehr Pflanzenvielfalt	22 %	19 %	-	-
Wasser (Brunnen, Teich o. ä.)	19 %	19 %	1 %	2 %
mehr Fläche, größeres Areal	19 %	2 %	1 %	-
Beschriftung, Infotafeln	17 %	7 %	-	2 %
mehr Sitzgelegenheiten	7 %	7 %	3 %	8 %
Spielmöglichkeiten für Kinder	7 %	26 %	7 %	4 %
Gastronomie	2 %	12 %	8 %	8 %
mehr Veranstaltungen	2 %	10 %	6 %	4 %

Frage: Was fehlt Ihrer Meinung nach? Was würde den Botanischen Obstgarten noch bereichern oder verbessern?

12.4 Erfolgsbewertung des Konzepts Nachhaltiger Stadtpark in Heilbronn

Schon allein die im Untersuchungszeitraum angestiegenen Besucherzahlen und die mittlerweile hohe Bekanntheit des zu Projektbeginn in der Stadtbevölkerung beinahe unbekannten Botanischen Obstgartens sprechen für seinen Erfolg. Dabei übt der BOG eine große Faszination auf ältere Befragte aus: Je älter die Befragten waren, desto häufiger waren sie regelmäßige Besucher des Botanischen Obstgartens bzw. desto eher kannten sie ihn auch. Die meisten derjenigen telefonisch befragten Heilbronner (BevHN II, nur Besucher, 90 %), die privat über einen eigenen Garten verfügen können, halten den BOG für eine (sehr) gute Alternative zum eigenen Garten. Sie schätzen ihn zudem als Vorbild mit vielen Anregungen für den eigenen Garten (offene Nennung von 30 % der Befragten). Für 86 % derjenigen Heilbronner, die privat nicht über einen Garten verfügen können, stellt der BOG einen vollwertigen Ersatz für den fehlenden eigenen Garten dar, weil er die Nähe zur Natur (offene Nennung von 43 % der Befragten), schöne Blumen (25 %) und Ruhe (13 %) bietet.

Die Angebote des Nachhaltigen Stadtparks werden gut angenommen. Besonders beliebt sind die beinahe das ganze Jahr über blühenden Staudenflächen und die Marktveranstaltungen, die sechs von zehn befragten Besucherinnen und Besucher bereits mehrere Male aufgesucht haben. Neben den kulinarischen Attraktionen des Sonntagsgartens und Baumblütenpicknicks sind sie es auch, die bisherige Nichtbesucher des BOG zum Besuch motivieren können.

Generell sehen es zwei Drittel bis drei Viertel der Befragten (BevHN II, 64 %; BesHN II, 72 %) als gerechtfertigt an, wenn wegen des erhöhten Pflegeaufwands zukünftig ein Eintrittsgeld verlangt werden würde. Dies gilt auch für Veranstaltungen (BesHN II, 63 % Zustimmung). Der weithin akzeptierte Eintrittspreis läge bei zwei Euro (Median). Bei einem Viertel der direkt im BOG befragten Parkbesucher (BesHN II, 27 %) bestünde dann ein Interesse an Jahreskarten, die vorstellbare Preisspanne bewegte sich zwischen 6 und 50 Euro, der Median betrug 20 Euro.

Die zum Befragungszeitpunkt in Planung befindlichen Blumenbinderkurse sind vor allem für Frauen interessant (54 % BevHN II bzw. 61 % BesHN II; Männer 31 bzw. 28 %). Kurse in Obstgehölzpflege sprechen vor allem Hobbygärtner an (40 bzw. 52 %; Nicht-Gartenbesitzer 20 bzw. 17 %). Dabei dürfen die Kurse auch Geld kosten. Akzeptable Seminargebühren lägen nach Meinung der Befragten bei etwa 10 Euro (Median; BevHN II und BesHN II). Dieser Preis wird auch für Blumensträuße aus dem Hofladen gut geheißen, in dem ein Drittel der befragten Obstgartenbesucher (BesHN II) bereits Blumen oder Obst erworben hat.

Etwa jeder vierte Befragte (BevHN II, 24 %; BesHN II, 27 %) könnte sich vorstellen, selbst bei Pflege und Erhalt des Botanischen Obstgartens mitzuwirken. Dabei reicht die Palette der vorstellbaren Aktivitäten von aktiver Hilfe bei der Pflege wie Baumschnitt, Unkrautjäten und Anlage der Beete, Unterstützung bei der Ernte, im Verkauf oder bei der Planung und Durchführung von Veranstaltungen bis hin zu (passiver) finanzieller Unterstützung in Form von Spenden, Baumpatenschaften usw. Eine Mitgliedschaft im Förderverein, der im BOG die tragende Rolle innehat, ist für 20 % (BevHN II) bzw. 37 % der Befragten (BesHN II) denkbar, weil die meisten von ihnen das Vorhaben für sehr unterstützenswert halten. Mögliche Anreize, die zwischen 30 und 50 % der noch Unentschlossenen zur Mitgliedschaft motivieren könnten, sind reduzierte Kurs- und ggf. Eintrittsgebühren sowie der kostenfreie Erhalt von Pflanzenablegern oder Blumensamen.

13 Exkurs: Die Nutzung des Hermannshofes in Weinheim

Der Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof wird von seinen Gästen häufig als idyllische Gartenanlage mitten in Weinheim/Bergstr. beschrieben. Seine thematische Ausrichtung lockt ein Garten interessiertes Publikum auch aus weiter entfernten Regionen Deutschlands an.

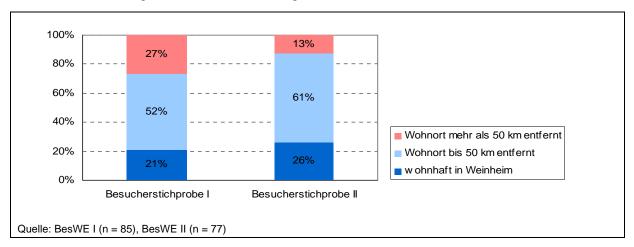


Abb. 13.1: Entfernung des Wohnorts der Befragten

Wie sich in beiden Befragungen zeigte, kommen die ortsansässigen Besucher meist wöchentlich bis monatlich in den Hermannshof. Auswärtige Gäste besuchen die Anlage seltener, halten sich aber häufig länger auf. ³⁰ Ältere Besucher ab 50 Jahre kommen in kürzeren Zeitabständen in den Schaugarten als Jüngere. ³¹

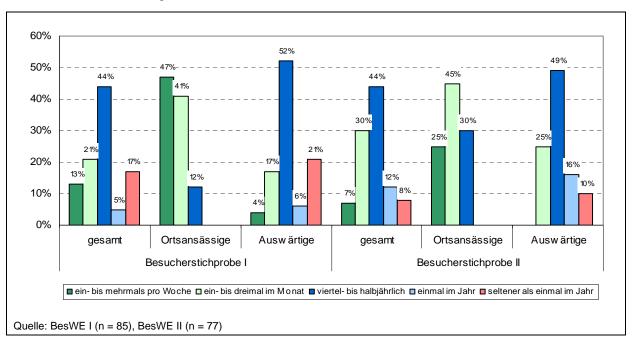
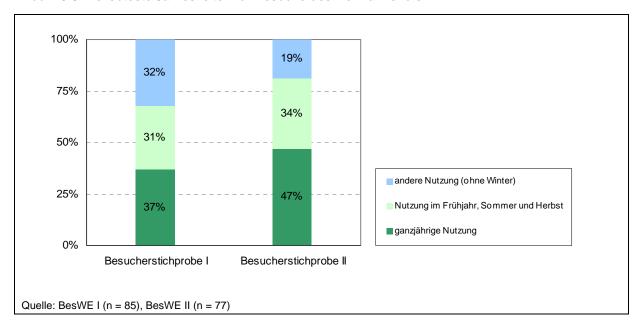


Abb. 13.2: Besuchshäufigkeit des Hermannshofes

 30 BesWE I: Ortsansässige 80 Minuten, Auswärtige 115 Minuten; BesWE II: 59 bzw. 63 Minuten

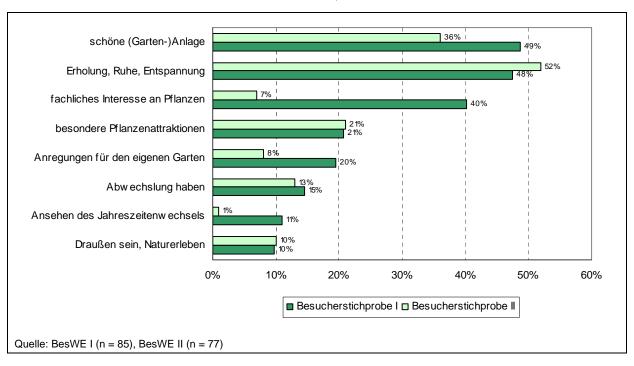
³¹ BesWE I: 91 % der ab 50-Jährigen vs. 63 % der bis 50-Jährigen kommen mindestens zweimal im Jahr; BesWE II: 86 % vs. 73 %

Abb. 13.3: Beliebteste Jahreszeiten für Besuche des Hermannshofs



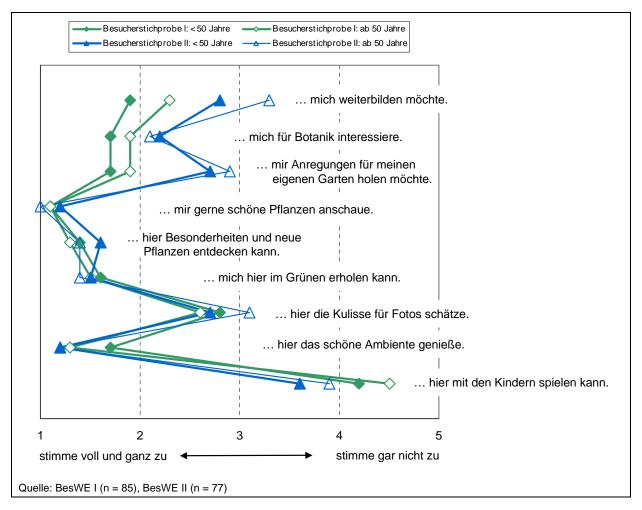
Beliebteste Zeiten für Besuche sind Wochenenden (BesWE I: 60 %; BesWE II: 79 %), wobei viele Besucherinnen und Besucher das ganze Jahr über in den Hermannshof kommen. Die Nutzung auch in den Wintermonaten begründeten die Befragten beider Stichproben vor allem mit der ganzjährigen Attraktivität der Anlage und der Faszination für den Wechsel der Jahreszeiten (BesWE I: 36 und 32 %; BesWE II: 37 und 22 %).

Abb. 13.4: Motive für den Besuch des Hermannshofes, offene Mehrfachantworten



Die schöne Gartenanlage mit ihren besonderen Pflanzenattraktionen zu betrachten und (dabei) Ruhe und Erholung zu finden, stellt überdies ein generelles Motiv für den Besuch des Hermannshofes dar. Dies zeigt sich sowohl in den offenen Antworten der Abb. 13.4 als auch bei der Bewertung verschiedener formulierter Besuchsmotive, denen die befragten Besucherinnen und Besucher mittels einer fünfstufigen Antwortskala zustimmen konnten (siehe Abb. 13.5).

Abb. 13.5: Motive für den Besuch des Hermannshofes (Ich besuche den Hermannshof, weil ich...), Mittelwerte



Bei der Betrachtung der Besuchsmotive besonders auffällig ist das ausgeprägte Interesse der Besucherinnen und Besucher an botanischen Themen. Sie nutzen die Besuche des Hermannshofes um sich weiterzubilden und zu informieren. Dies korrespondiert mit weiteren Befragungsergebnissen, wonach 80 % (BesWE I) bzw. 75 % (BesWE II) aller Befragten gern mehr über bei uns wachsende Garten- und Naturpflanzen erfahren würden³². 52 bzw. 43 % waren der Ansicht, bereits über einiges Wissen zu diesen Themen zu verfügen. Gartenbesitzer³³ sind dabei besonders an Anregungen für den eigenen Garten interessiert. Sie unterschieden sich in ihrem Informationsbedürfnis signifikant von denjenigen Befragten, die privat nicht über einen Garten verfügen können.

Weniger geeignet ist die Gartenanlage in der Einschätzung ihrer Besucherinnen und Besucher dagegen als Spielort für Kinder.

 33 Anteil der Gartenbesitzer an den Stichproben: BesWE I 74 %; BesWE II 66 %

³² zu den Befragungen im Jahr 2005 siehe auch Breuer et al. 2006

Das deutliche Interesse am Kenntniserwerb zum Thema Garten bildete sich auch in den Ergebnissen der Faktorenanalysen ab, die auf der Basis der einzelnen Besuchsmotive in Abb. 13.5 für beide Stichproben gerechnet wurden. ³⁴

Danach ließen sich jeweils drei, in beiden Befragungen etwa gleichlautende Faktoren, d.h. übergeordnete Motivgruppen, extrahieren, wobei das Interesse an Botanik, Weiterbildung und Anregungen für den eigenen Garten (= Botanik-Faktor) die vorderste Position einnimmt. Danach folgt das Bedürfnis nach Ästhetik und Genuss, welches durch das besondere Ambiente der Gartenanlage befriedigt wird (Genuss-Faktor). Den dritten Faktor bildet schließlich der Wunsch nach aktiv genutzter Freizeit wie Fotografieren oder Kinderspiel (Freizeit-Faktor). Der Erholungsaspekt ordnete sich dabei interessanterweise einmal dem Genuss-Faktor und einmal dem Freizeit-Faktor zu. Das bestätigt die Ergebnisse zu den subjektiv sehr verschiedenen Wirkungen von Parks, die zum einen in der bereits eingeführten, im Rahmen des Projekts erarbeiteten Expertise von Flade (2004) vorgestellt wurden, die zum anderen aber auch aus den Befragungsergebnissen in Kap. 6 abzuleiten sind.

Tab. 13.1: Rotierte Komponentenmatrix der Faktorenanalyse der Besuchsmotive

Item*	Besuche	rbefragung	l (n = 85)	Besucherbefragung II (n = 77)			
Ich besuche den Hermannshof, weil ich	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	
mich weiterbilden möchte.	,883	-,195	,032	,739	-,106	,151	
mich für Botanik interessiere.	,822	,144	,163	,888,	,201	-,016	
mir Anregungen für den eigenen Garten holen möchte.	,847	,148	-,042	,744	-,066	,043	
mir gern schöne Pflanzen anschaue.	,122	,838,	,024	,205	,851	,025	
hier Besonderheiten und neue Pflanzen entdecken kann.	,371	,685	,103	,711	,409	,075	
mich hier im Grünen erholen kann.	-,432	,680	,367	-,291	,223	,742	
hier die Kulisse für Fotos schätze	,032	,249	,748	,137	-,033	,617	
hier das schöne Ambiente genieße.	-,367	,625	,454	-,076	,844	-,017	
hier mit den Kindern spielen kann.	,124	,013	,830	,239	-,104	,762	

^{*}Skala: 1 (= stimme voll und ganz zu) bis 5 (= stimme überhaupt nicht zu)

Der deutlichen Präferenz für das Thema Garten entsprechend betrachten die Besucher bei ihren Spaziergängen am liebsten die dargebotene Pflanzenvielfalt, über die sie sich in den angebotenen Führungen auch gezielt informieren wollen. Das besondere Ambiente und die erholsame Atmosphäre des Hermannshofes regen zudem zum Lesen, Zeichnen und Fotografieren oder einfach nur zum Sitzen auf einer Bank und Entspannen an.

Gefragt nach ihren Lieblingsorten im Hermannshof zeigen die Antworten der Besucher ein weiteres Mal die Faszination für besondere Pflanzenattraktionen. In der ersten Befragung nannte jeder dritte Befragte die "Nordamerikanischen Beetstauden" (33 %) bzw. den "Präriegarten" (32 %). Selbst die vergleichsweise nur kurz zu betrachtenden "Herbstastern" wurden von jedem siebten Besucher genannt. In der zweiten Befragung wurden die gesamte Gestaltung des Teiches (30 %) und die Glyzinien-Pergola (20 %) genannt.

³⁴ Das statistische Verfahren der Faktorenanalyse fasst untereinander stark korrelierende Variable (z.B. Motive) zu sogenannten Faktoren (z.B. Motivgruppen) zusammen und reduziert damit die ursprüngliche Komplexität, weil die Ausgangsvariablen auf wenige zentrale Faktoren zurückgeführt werden können.

Benutzte Methode jeweils: Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse; Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung

BesWE I: erklärte Gesamtvarianz 72 % (Faktor 1 - 30 %, Faktor 2 - 24 %, Faktor 3 - 18 %) BesWE II: erklärte Gesamtvarianz 65 % (Faktor 1 - 31 %, Faktor 2 - 18 %, Faktor 3 - 16 %)

Pflanzen betrachten 19% sich informieren, an Führungen teilnehmen 7 25% entspannen, Ruhe genießen 32% 65% spazieren gehen lesen, Briefe schreiben fotografieren, zeichnen 29% (auf der Bank) sitzen 0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% ■ Besucherstichprobe I □ Besucherstichprobe II

Abb. 13.6: Aktivitäten im Hermannshof, offene Mehrfachantworten

Die überwiegend meisten Befragten haben schon (mehrfach) an Führungen teilgenommen oder hatten dies zumindest noch vor.

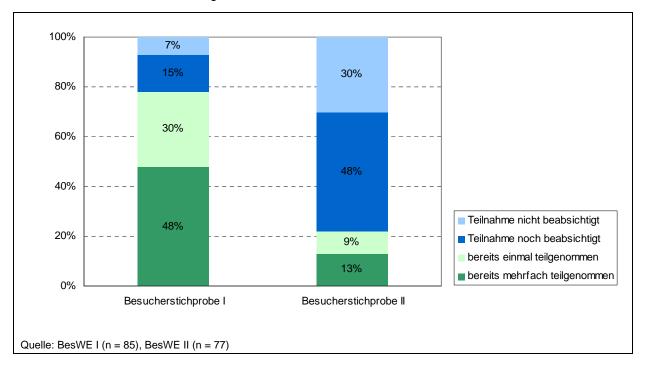
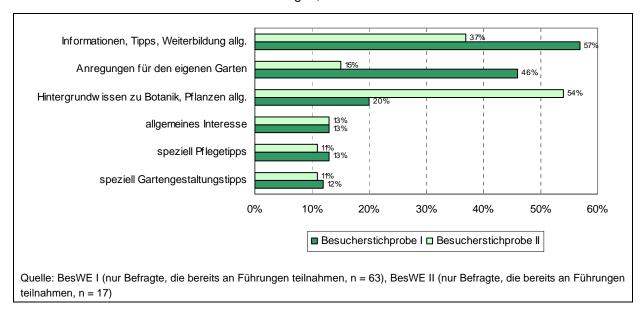


Abb. 13.7: Teilnahme an Führungen im Hermannshof

Quelle: BesWE I (n = 85), BesWE II (n = 77)

Motiviert ist die Teilnahme an Führungen wieder durch den Wunsch nach Wissenserwerb, der sich von ganz allgemeinen Informationen über die Gartenanlage bis hin zu konkreten Pflege- oder Gestaltungstipps erstreckt. Diejenigen, die bereits an Führungen im Hermannshof teilgenommen hatten, waren mit deren Qualität hochzufrieden (BesWE I: 90 %; BesWE II: 88 %). Befragte, die privat einen Garten bewirtschaften, gaben sehr häufig an, die in den Führungen erhaltenen Anregungen im eigenen Garten auch anzuwenden und umzusetzen (BesWE I: 98 %; BesWE II: 58 %).

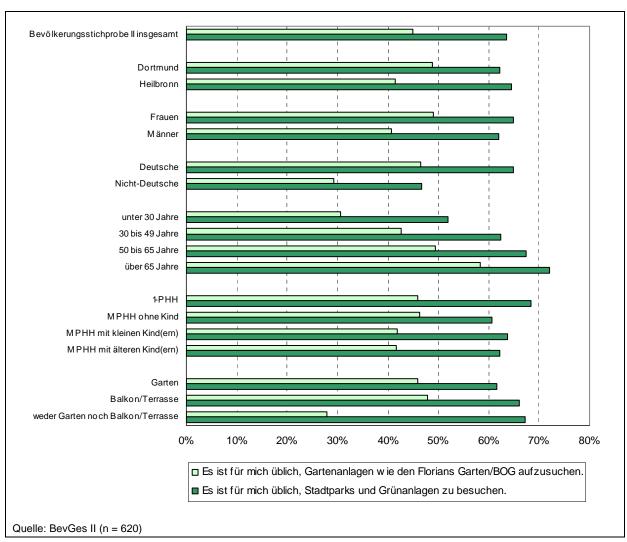
Abb. 13.8: Gründe für den Besuch von Führungen, offene Mehrfachantworten



14 Nutzungsvielfalt im Nachhaltigen Stadtpark

Parkbesuche sind für die meisten Befragten ausgesprochen üblich. Das war bereits in den Vorherbefragungen festzustellen und bestätigte sich in den Nachherbefragungen erneut. Demgegenüber ist der Besuch von Gartenanlagen wie dem Florians Garten oder dem Botanischen Obstgarten zwar weniger verbreitet (siehe Abb. 14.1), gleichwohl zeigen die Befragungsergebnisse aber auf, dass sowohl seitens der befragten Stadtbevölkerung als auch bei den teilweise von weit her angereisten Besucherinnen und Besuchern der beiden Parks grundsätzlich ein starkes Interesse und eine gute Akzeptanz der Umgestaltungen in einen Nachhaltigen Stadtpark besteht.

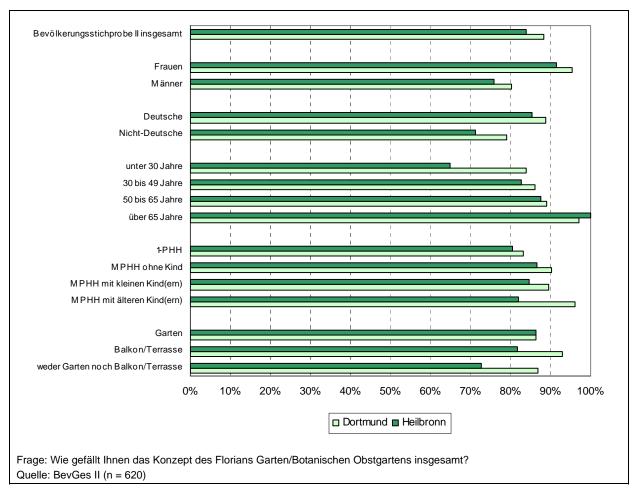
Abb. 14.1: Üblichkeit des Besuchs von Parks sowie Gartenanlagen wie Florians Garten und Botanischer Obstgarten (kumulierte % von "stimme voll und ganz zu" und "stimme weitgehend zu"



Das neue Gestaltungskonzept der beiden Modellanlagen gefällt den überwiegend meisten Befragten in Dortmund und Heilbronn gut bis sehr gut (siehe Abb. 14.2). Dabei spricht es die bereits regelmäßigen Besucherinnen und Besuchern mehr an als die übrigen Befragten (BevDO II, nur Besucher, 92 %; BevHN II 98 %). Es ist aber gerade auch für diejenigen, die bislang überhaupt keine Parks oder Grünanlagen aufsuchen, von deutlichem Interesse (BevDO II: Nichtbesucher von Parks 83 % vs. Besucher anderer Parks 70 %; BevHN II 89 %

vs. 75 %). Ältere Befragte zeigten sich in beiden Städten überdurchschnittlich interessiert. Dies gilt auch für die direkt im Park Befragten (BesDO II: < 50 Jahre "gefällt sehr gut" 5 %/ "gefällt gut" 60 %, ab 50 Jahre 29 %/56 %; BevHN II: 45 %/52 % bzw. 74 %/52 %), wo die Unterschiede zwischen den beiden Altersgruppen signifikant werden.

Abb. 14.2: Beurteilung des Gesamtkonzepts Nachhaltiger Stadtpark durch die Wohnbevölkerung (kumulierte % von sehr gut und gut)



Darüber hinaus halten die meisten Besucherinnen und Besucher die beiden Gartenanlagen für eine Sehenswürdigkeit der Stadt, die man privatem Besuch gern vorführt. Diese Einschätzung bestand schon in den Vorherbefragungen im Jahr 2005 so, hat sich aber insbesondere für den Heilbronner Botanischen Obstgarten in den Nachherbefragungen nach der Umgestaltung deutlich verstärkt.

Tab. 14.1: Beurteilung der Modellanlagen als Sehenswürdigkeit

		Dortr	nund		Heilbronn				Weinheim	
	BevDO I	BevDO II	BesDO I	BesDO II	BevHN I	BevHN II	BesHN I	BesHN II	BesWE I	BesWE II
	(nur	(nur	DC3DO I		(nur	(nur	Besilier	Besinen	Destre	DC3VIL II
	Besucher	Besucher	(n=74)	(n=77)	Besucher	Besucher	(n=73)	(n=75)	(n=85)	(n=77)
	, n=183)	n=230)	(–7 1)	(11-77)	, n=42)	n=112)	(11-70)	(11-70)	(11–00)	(11-77)
ja, (auf jeden		48 %		38 %		73 %		77 %		97 %
Fall)	82 %*	40 /0	74 %*	30 /6	64 %*	13 /0	74 %*	11 /0	89 %*	91 /0
ja, (vielleicht)		43 %		37%		21 %		19 %		3 %

^{*} Abweichend zu den Nachherbefragungen wurde in den Vorhererhebungen die Antwortalternativen "ja" und "nein" ohne weitere Differenzierungen vorgegeben

Viele bisherige Nichtbesucher der Modellanlagen (BevDO II: 31 % BevHN II: 42 %) sehen im Nachhaltigen Stadtpark einen motivierenden Anreiz, den Botanischen Obstgarten bzw. den Florians Garten zukünftig auf jeden Fall zu besuchen. Ähnlich viele ziehen einen Besuch zumindest in Erwägung.

Tab. 14.2: Beurteilung des Konzepts Nachhaltiger Stadtpark durch die bisherigen Nichtbesucher

Ist das neue Konzept für Sie ein	Dortmu	nd	Heilbronn		
Anreiz, den Florians Garten/BOG	(BevDO II, nur Nichtbe	esucher, n = 70)	(BevHN II, nur Nichtbe	esucher, n = 208)	
zu besuchen?	ja, auf jeden Fall	ja, vielleicht	ja, auf jeden Fall	ja, vielleicht	
insgesamt	31 %	34 %	42 %	45 %	
Frauen	41 %	36 %	54 %	39 %	
Männer	20 %	31 %	31 %	49 %	
Deutsche	30 %	33 %	45 %	42 %	
Nicht-Deutsche	40 %	44 %	22 %	60 %	
unter 30 Jahre	30 %	56 %	19 %	59 %	
30 bis 49 Jahre	27 %	40 %	49 %	41 %	
50 bis 65 Jahre	49 %	26 %	46 %	36 %	
über 65 Jahre	20 %	18 %	64 %	36 %	
1-PHH	23 %	45 %	43 %	44 %	
MPHH ohne Kind	27 %	40 %	49 %	41 %	
MPHH mit kleinen Kind(ern)	17 %	83 %	48 %	41 %	
MPHH mit älteren Kind(ern)	44 %	34 %	41 %	41 %	
Garten	30 %	34 %	42 %	42 %	
Balkon/Terrasse	30 %	38 %	39 %	52 %	
weder Garten noch Balkon/Terrasse	49 %	27 %	48 %	32 %	

Beim Blick in die Details zeigen die bisher dargestellten Daten bereits auf, dass die einzelnen Besuchergruppen in unterschiedlich starkem Maße am Nachhaltigen Stadtpark bzw. mehr noch an seinen verschiedenen Angeboten interessiert sind. Die in der Tabelle 14.3 aufgeführten Besuchsmotive³⁵ der verschiedenen Teilgruppen unterstreichen dieses Fazit noch.

Tab. 14.3: Motive für den Besuch der Modellanlagen nach Teilgruppen (Mehrfachantworten) 36

	Dortr	mund	Heilk	pronn
	BevDO II	BesDO II	BevHN II	BesHN II
	(nur Besucher, n=230)	(n = 77)	(nur Besucher, n=112)	(n = 75)
	Erholung (24%)			
Frauen	Kinderspiel (22%)	Erholung (41%)	tolle Anlage (34%)	Fortbildung (37%)
France	Veranstaltungen (21%)	Pflanzenattraktionen	Märkte (32%)	tolle Anlage (22%)
riaueii	Natur, Grün (20%)	(18%)	Erholung (32%)	Erholung (20%)
	Pflanzenattraktionen	Spazieren gehen (16%)	Veranstaltungen (26%)	Märkte (16%)
	(18%)			
	Veranstaltungen (29%)	Erholung (31%)	tolle Anlage (29%)	
	Pflanzenattraktionen	Menschen treffen	Erholung (29%)	Fortbildung (54%)
Männer	(27%)		Pflanzenattraktionen	Märkte (25%)
	tolle Anlage (25%)	(14%)	(21%)	tolle Anlage (21%)
	Erholung (22%)	Veranstaltungen (14%)	Veranstaltungen (21%)	

³⁵ Die Befragten sollten in einer offenen Frage ihre wichtigsten Gründe für den Besuch der Parkanlagen aufzählen. Aufgeführt werden hier jeweils nur die am häufigsten genannten Motive der einzelnen Besuchergruppen.

³⁶ Bei sehr kleinen Gruppengrößen wurden Kategorien zusammengefasst (z.B. bei der Differenzierung nach Alter oder Alter der Kinder) oder auf eine Differenzierung verzichtet (z.B. Nationalität in den Besucherstichproben).

	Dortr	mund	Heilk	oronn	
	BevDO II	BesDO II	BevHN II	BesHN II	
Deutsche	(nur Besucher, n=230) Veranstaltungen (25%) tolle Anlage (23%) Erholung (23%) Pflanzenattraktionen (22%) Kinderspiel (17%)	(n = 77)	tolle Anlage (32%) Erholung (30%) Märkte (28%) Veranstaltungen (25%)	(n = 75)	
Nicht-Deutsche	Erholung (30%) Abwechslung (30%)	-	Erholung (55%) tolle Anlage (40%)	-	
unter 30 Jahre	Menschen treffen (30%) Erholung (23%) Spazieren gehen (20%) Veranstaltungen (18%)	Erholung (36%) Veranstaltungen (18%)	Erholung (44%) Veranstaltungen (28%)	Märkte (35%) tolle Anlage (31%)	
30 bis 49 Jahre	Kinderspiel (37%) Veranstaltungen (32%) Erholung (25%) tolle Anlage (23%)	Menschen treffen (15%)	tolle Anlage (33%) Pflanzenattraktionen (29%) Erholung (27%) Märkte (27%)	Fortbildung (24%) Erholung (21%)	
50 bis 65 Jahre	Pflanzenattraktionen (40%) tolle Anlage (38%) Veranstaltungen (19%) Erholung (18%) Gastronomie (16%)	Erholung (38%) Pflanzenattraktionen (29%)	tolle Anlage (42%) Märkte (33%) Erholung (31%)	Fortbildung (54%) Märkte (20%) tolle Anlage (15%) Pflanzenattraktionen	
über 65 Jahre	Pflanzenattraktionen (37%) Erholung (24%) Veranstaltungen (22%) tolle Anlage (19%)	Spazieren gehen (15%) Natur, Grün (15%)	Erholung (32%) Veranstaltungen (27%) tolle Anlage (24%) Märkte (24%)	(15%)	
1-PHH	tolle Anlage (34%) Erholung (26%) Veranstaltungen (22%) Menschen treffen (17%) Natur, Grün (16%)	Pflanzenattraktionen (40%) Spazieren gehen (27%) Natur, Grün (27%)	Erholung (32%) Märkte (26%) tolle Anlage (26%) Veranstaltungen (25%)	Fortbildung (38%) tolle Anlage (23%) Märkte (23%)	
MPHH ohne Kind	Pflanzenattraktionen (35%) Veranstaltungen (28%) Erholung (27%) tolle Anlage (18%) Spazieren gehen (17%)	Erholung (46%) Menschen treffen (18%)	Märkte (34%) Erholung (31%) tolle Anlage (29%) Veranstaltungen (24%)	Fortbildung (50%) Erholung (18%) Märkte (16%)	
MPHH mit klei- nen Kind(ern) MPHH mit älte- ren Kind(ern)	Kinderspiel (80%) tolle Anlage (31%) Kinderspiel (40%) Natur, Grün (20%) Veranstaltungen (19%)	Erholung (35%) Kinderspiel (15%)	tolle Anlage (50%) Erholung (25%) Lern- und Spielort für Kinder (20%)	Märkte (47%) tolle Anlage (32%) Fortbildung (26%)	
Garten	Veranstaltungen (28%) Pflanzenattraktionen (26%) tolle Anlage (25%) Kinderspiel (22%)	Erholung (43%) Veranstaltungen (13%)	tolle Anlage (32%) Erholung (31%) Veranstaltungen (22%) Märkte (21%) Pflanzenattraktionen (21%) Fortbildung (16%)	Fortbildung (47%) Märkte (25%)	
Balkon/Terrasse	Erholung (32%) Menschen treffen (20%) Spazieren gehen (19%) tolle Anlage (17%)	Erholung (33%) Spazieren gehen (19%)	Märkte (52%) Erholung (32%) tolle Anlage (26%)	Fortbildung (35%) tolle Anlage (30%) Märkte (26%)	
weder Garten noch Balkon/ Terrasse	Erholung (30%) Menschen treffen (28%) tolle Anlage (27%)		tolle Anlage (100%) Veranstaltungen (100%)	Erholung (22%)	

Diesen Unterschieden zwischen den betrachteten Teilgruppen soll im Folgenden vertiefend nachgegangen werden. Dabei werden zuerst die Ergebnisse von Clusteranalysen vorgestellt, einem statistischen Verfahren zur Identifizierung von homogenen Teilgruppen (= Cluster) aus der heterogenen Gesamtmenge an befragten Personen aus der Wohnbevölkerung. Daran anschließend werden die wichtigsten Befunde zu einzelnen Besuchergruppen vorgestellt und einer differenzierteren Betrachtung unterzogen.

14.1 Bildung einer Besuchertypologie mit Hilfe von Clusteranalysen

Nachhaltige Parks sollen - wie traditionelle Parks und Grünanlagen auch - eine individuelle Nutzung ermöglichen und größtmögliche Funktionsvielfalt anbieten, damit sie für Familien mit Kindern oder Menschen, die Ruhe suchen oder sich sportlich betätigen wollen, genauso attraktiv sind wie für Besucherinnen und Besucher mit einem ausgeprägten botanischen Fachinteresse, die vom Konzept des Nachhaltigen Stadtparks in besonderem Maße angesprochen werden.

Vor diesem Hintergrund stellte sich die Frage, ob sich das Interesse am Florians Garten bzw. am Botanischen Obstgarten anhand weiterer Persönlichkeitsmerkmale genauer beschreiben lässt. Als Analysemethode kam dazu das multivariate Verfahren der Clusteranalyse³⁷ zur Anwendung, welches Personen mit gleichen oder ähnlichen Eigenschaften zu Besuchergruppen zusammenfassen kann und somit die Ableitung einer Besucher-Typologie ermöglicht. Folgende Personenmerkmale und Eigenschaften flossen in die Untersuchung ein:

- des Alter und das Geschlecht der Befragten
- ob die Befragten über einen privaten Garten verfügen können oder nicht
- ob die Befragten bereits regelmäßige Besucherinnen und Besucher des Florians Garten/Botanischen Obstgarten sind oder nicht
- ob es für die Befragten üblich ist Parks oder Grünanlagen aufzusuchen oder nicht
- ob es für die Befragten üblich ist Gartenanlagen wie den Florians Garten/Botanischen Obstgarten aufzusuchen oder nicht
- ob die Befragten nach eigenen Angaben gut über Pflanzen aus Garten und Natur, die bei uns vorkommen, Bescheid wissen oder nicht
- ob die Befragten gern mehr über bei uns wachsende Pflanzenarten in Garten und Natur erfahren wollen oder nicht.

Für den Botanischen Obstgarten konnten vier, für den Florians Garten im Westfalenpark drei typische Besuchergruppen ermittelt werden.

³⁷ Hier wurden die Clusteranalysen mit den Daten der Bevölkerungsbefragungen II in drei Schritten durchgeführt:

¹⁾ Zunächst wurde eine hierarchische Clusteranalyse gerechnet, um die Anzahl der Cluster zu bestimmen. Dabei wurde die Ward-Methode eingesetzt, die von Backhaus et al. (2006, S. 528) als sehr guter Fusionierungsalgorithmus angesehen wird. Als Distanzmaß wurde der quadrierte Euklidische Abstand gewählt.

²⁾ In einem zweiten Schritt kam eine Clusterzentrenanalyse zum Einsatz, welche die Anzahl der Cluster als bekannt voraussetzt. Mit Hilfe der Clusterzentrenanalyse kann eine F-Statistik zur Varianzanalyse (ANOVA-Tabelle) angefordert werden, die den Beitrag jeder Variablen zur Trennung der Cluster anzeigt.

³⁾ Abschließend wurde mit Hilfe einer Diskriminanzanalyse die Clusterbildung überprüft und die Diskriminanzfunktion auf Signifikanz getestet. Darüber hinaus konnte mit der Diskriminanzanalyse die Verteilung der Fälle auf die Cluster mit Hilfe einer Klassifizierungsstatistik überprüft werden.

14.1.1 Typologie der Besucherinnen und Besucher des Botanischen Obstgartens

Mit Ausnahme des Geschlechts und der Verfügbarkeit über einen privaten Garten trugen alle übrigen der oben genannten Variablen signifikant zur Trennung der vier gefundenen Cluster bei (p< .01). Den stärksten Einfluss auf die Clusterbildung hatten das Alter und das Interesse daran, mehr über heimische Pflanzen zu erfahren³⁸. Damit ist der typischste Besucher des Botanischen Obstgartens ein älterer Mensch - egal ob Frau oder Mann - mit einem ausgeprägten Wunsch nach Fortbildung in botanischen Themen. Ob ein eigener Garten genutzt werden kann oder nicht, ist diesbezüglich ohne Belang. Der Anteil an Gartenbesitzern ist in allen Clustern mit Werten von 59 bis 68 % ähnlich hoch.

Nachfolgend eine kurze Beschreibung der in Heilbronn vorgefundenen vier Cluster:

Cluster 1: Ältere Befragte mit dem meisten Wissen und dem größten Interesse an Gartenthemen (n = 56)

Die im Cluster 1 zusammengefassten Personen sind zu 91 % älter als 65 Jahre. Ihr Durchschnittsalter liegt bei 72 Jahren. Mit einem Anteil von 66 % ist dies die größte Teilgruppe unter den regelmäßigen Besucherinnen und Besuchern des Botanischen Obstgartens. Zudem ist in dieser Gruppe nach eigenen Angaben das meiste Wissen über bei uns wachsende Pflanzen (61 %) und das größte Interesse, mehr darüber erfahren zu wollen (63 %), zu finden. In diesem Cluster ist der Besuch von Stadtparks und Grünanlagen mit 82 % bzw. Gartenanlagen wie dem Botanischen Obstgarten mit 61 % Zustimmung am üblichsten.

Cluster 2: Jüngere Befragte mit dem wenigsten Wissen über und dem geringsten Interesse an Gartenthemen (n = 90)

Die im Cluster 2 zusammengefassten Personen stellen in vielerlei Hinsicht das Gegenstück zu Cluster 1 dar. Dieses Cluster machen zu 72 % alle unter 30-Jährigen aus. Die verbleibenden 28 % entstammen der wenig älteren Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen. Das Durchschnittsalter liegt bei 25 Jahren. Der Anteil der Nichtbesucher des Botanischen Obstgartens ist mit 92 % in diesem Cluster am höchsten. Kenntnisse über Pflanzen aus Garten und Natur sind in dieser Gruppe am wenigsten vorhanden (14 %). Auch das Interesse, mehr über solche Pflanzen erfahren zu wollen, ist mit einem Anteil von 26 % am geringsten ausgebildet. Parks und Grünanlagen aufzusuchen ist für etwa die Hälfte der Befragten dieses Clusters üblich. Eher unüblich ist dagegen der Besuch von Gartenanlagen, denn nur 20 % stimmten dieser Aussage zu.

Cluster 3: Befragte jüngeren bis mittleren Alters mit wenig Wissen über, aber größerem Interesse an Gartenthemen (n = 109)

Mit 109 Befragten ist das Cluster 3 am größten. Alle Personen dieser Gruppe sind zwischen 30 und 49 Jahren alt, das Durchschnittsalter liegt bei 40 Jahren. Wie Cluster 2 besteht auch diese Gruppe überwiegend aus Nichtbesuchern des Botanischen Obstgartens (71 %) und

72

³⁸ Die (Cluster-trennende) Diskriminanzfunktion ist mit Wilks Lambda bei p< .01 hoch signifikant. Sie bestätigt die Zuordnung der Personen zu den vier Clustern in mehr als 96 % der Fälle.

hat wenig Wissen zu botanischen Themen (37 %). Im Unterschied zu Cluster 2 zeichnet sich diese Gruppe allerdings durch ein hohes Bedürfnis aus, mehr über heimische Pflanzen erfahren zu wollen (54 %). Für knapp zwei Drittel der Befragten dieses Clusters sind Besuche von Parks und Grünanlagen üblich, für 42 % auch der Besuch von Gartenanlagen wie dem Botanischen Obstgarten.

Cluster 4: Befragte mittleren bis älteren Alters mit größerem Wissen über, aber wenig Interesse an Gartenthemen (n = 60).

Die Personen des vierten Clusters gehören zu 98 % der Altersgruppe der 50 bis 65-Jährigen an. Das Durchschnittsalter liegt bei 56 Jahren. Sie sind zur Hälfte regelmäßige Besucherinnen und Besucher des Botanischen Obstgartens (52 %). Sie wissen mit 47 % Zustimmung am zweitbesten nach Cluster 1 über Pflanzen aus Garten und Natur Bescheid, zeigen sich aber nur zu 35 % an einem weiteren Wissenserwerb zu botanischen Themen interessiert. Parkbesuche sind in dieser Gruppe weit verbreitet (70 % Zustimmung), auch der Besuch von Gartenanlagen ist für sie zu 52 % üblich.

Der Vergleich der vier Cluster lässt folgende Schlussfolgerungen zu:

- Je älter die Befragten waren, desto üblicher ist für sie der Besuch sowohl von Parkanlagen im Allgemeinen als auch von Anlagen mit einer starken Gartenausrichtung wie dem Botanischen Obstgarten. Desto häufiger zählten sie demnach auch zu den regelmäßigen Besuchern des Botanischen Obstgartens. Befragte bis zu einem Alter von etwa 50 Jahren sind dagegen bisher eher Nichtbesucher des BOG.
- Je älter die Befragten waren, desto höher ist der Wissensstand die heimischen Naturund Gartenpflanzen betreffend.
- Das Interesse, mehr zu Gartenthemen zu erfahren, ist ebenfalls bei den Ältesten am deutlichsten ausgeprägt, ist aber auch schon bei den jüngeren Altersgruppen in mehr oder weniger großem Umfang zu beobachten.

14.1.2 Typologie der Besucherinnen und Besucher des Florians Garten im Westfalenpark

Auch für die Dortmunder Befragten stellen das Alter der Befragten und der Kenntnisstand bzw. das Interesse an botanischen Themen die signifikanten Variablen einer Besuchertypologie dar (p< .05)³⁹. Im Unterschied zu den Heilbronner Befunden war hier auch von Relevanz, ob die Befragten über einen eigenen Garten verfügen können oder nicht. Sämtliche übrige Aspekte - Geschlecht, Regelmäßigkeit des Westfalenparkbesuchs, Üblichkeit des Besuchs von Parks bzw. Gartenanlagen - trennen dagegen nicht zwischen den drei gefundenen Clustern.

³⁹ Die (Cluster-trennende) Diskriminanzfunktion ist mit Wilks Lambda bei p< .01 hoch signifikant. Sie bestätigt die Zuordnung der Personen zu den drei Clustern in mehr als 97 % der Fälle.

Im Einzelnen sieht die Besuchertypologie des Florians Garten/Westfalenpark wie folgt aus:

Cluster 1: Befragte mittleren Alters mit wenig Wissen über, aber größerem Interesse an Gartenthemen (n = 119)

Cluster 1 stellt mit 119 Personen die größte der drei Gruppen dar. Drei von vier Befragten sind im Alter von 30 bis 49 Jahren, die übrigen 24 % sind durchweg älter. Das Durchschnittsalter liegt bei 45 Jahren. 71 % dieser Gruppe können über einen eigenen Garten verfügendies ist der höchste Anteil im Vergleich zu den beiden anderen Clustern. Etwas mehr als jeder Vierte (27 %) dieser Gruppe ist der Meinung, gut über bei uns wachsende Pflanzen aus Natur und Garten Bescheid zu wissen. Mit 42 % höher ist der Anteil derjenigen, die ein Interesse an Weiterbildung zu diesem Thema haben.

Cluster 2: Jüngere Befragte mit dem wenigsten Wissen über und dem geringsten Interesse an Gartenthemen (n = 115)

Knapp zwei Drittel der im Cluster 2 zusammengefassten Befragten sind noch keine 30 Jahre alt. Das Durchschnittsalter liegt bei 27 Jahren. Die Hälfte dieser Gruppe kann einen privaten Garten nutzen. Das Wissen über botanische Themen ist mit 15 % am geringsten ausgebildet. Mit 29 % Zustimmung ebenfalls deutlich geringer als in den beiden anderen Gruppen ist der Wunsch, mehr über Pflanzen aus Garten und Natur zu erfahren.

Cluster 3: Ältere Befragte mit dem meisten Wissen und dem größten Interesse an Gartenthemen (n = 59)

Alle Befragten, die das dritte Cluster zusammenfasst, sind über 50 Jahre alt, 61 % sind älter als 65 Jahre. Das Durchschnittsalter liegt bei 68 Jahren. Knapp zwei Drittel (64 %) können über einen privaten Garten verfügen. Jeder zweite Befragte dieser Gruppe (49 %) kennt sich nach eigenen Angaben in botanischen Themen gut aus. Ähnlich groß ist das Interesse an der Erweiterung der Kenntnisse über Pflanzenthemen (54 %).

Wie schon in Heilbronn werden die Cluster vor allem durch das Alter der Befragten und deren Interesse an Pflanzen bestimmt. Auch für Dortmund lässt sich feststellen, dass die Begeisterung für Gartenthemen umso größer ist, je älter die Befragten waren. Während dies in Heilbronn auch begründet, dass es vor allem die Älteren sind, die den Botanischen Obstgarten als reine Gartenanlage regelmäßig besuchen, spielt dies für den Westfalenpark so gut wie keine Rolle. Die überwiegende Mehrheit in allen drei Dortmunder Clustern gehört zu den regelmäßigen Besuchern des Westfalenparks (Anteil in Cluster 1: 81 %; Cluster 2 79 %, Cluster 3 70 %), unterschiedlich sind jedoch die jeweiligen Motive, die dem zugrunde liegen. Während die Älteren hier wie dort ihren Bedarf an gärtnerischer Vielfalt und Weiterbildung decken können, begründen sich die Westfalenparkbesuche der Jüngeren mit anderen Bedürfnissen, die der Westfalenpark aufgrund seiner größeren Angebotsvielfalt befriedigen kann. In Heilbronn suchen die jüngeren Befragten dagegen vermehrt andere Parkanlagen auf.

14.2 Die ältere Generation

Wie im vorhergehenden Kapitel noch einmal deutlich geworden ist, sind die älteren Befragten am meisten an Gartenanlagen wie dem Botanischen Obstgarten in Heilbronn interessiert. Etwa drei von vier regelmäßigen Besucherinnen und Besuchern des Botanischen Obstgartens sind älter als 50 Jahre, 39 % über 65 Jahre alt. Das Durchschnittsalter der Besucherinnen und Besucher des BOG insgesamt liegt bei 58 Jahren und ist damit sehr viel höher als das der Westfalenparkbesucher mit 46 Jahren. Der Westfalenpark als große Parkanlage mit verschiedensten Freizeitangeboten spricht dagegen in seiner Gesamtheit erst einmal alle Altersgruppen gleichermaßen an.

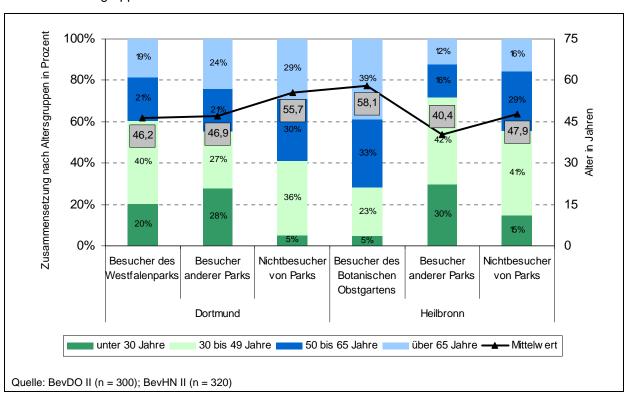


Abb. 14.3: Typologie der Parkbesucher in der Dortmunder und Heilbronner Stadtbevölkerung nach Altersgruppen und Durchschnittsalter

Gezielt den Blick auf den Florians Garten gelenkt, zeigt sich aber auch hier eine größere Begeisterung der älteren Generation ab 50 Jahre, die - wie die Abbildung 14.4 zeigt - schon häufiger die bis dato sichtbaren Umgestaltungen angeschaut und die Angebote des Florians Garten genutzt haben. Das gilt sowohl für die Bevölkerungs- als auch für die Besucherstichprobe.

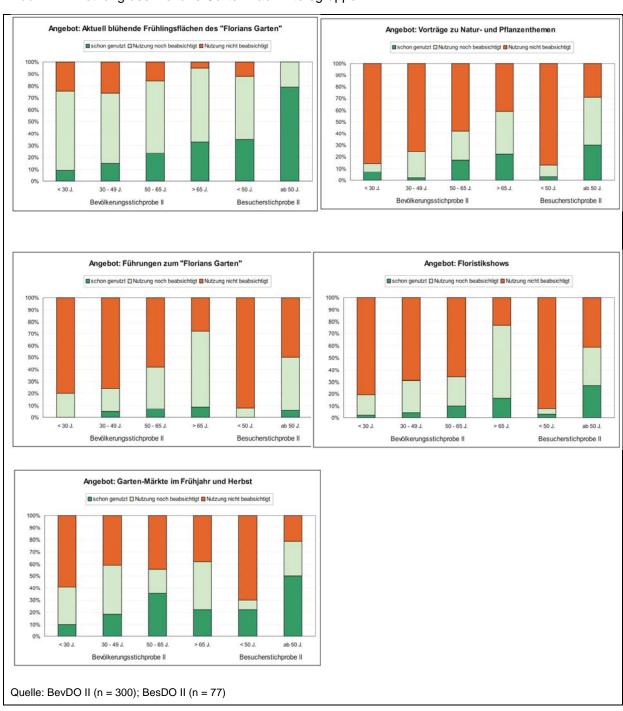
Aus der Besucherbefragung direkt im Westfalenpark ist zudem bekannt, dass die ab 50-Jährigen mehr über die Umgestaltungen der Teilbereiche zum Florians Garten wussten:⁴¹ 68 % derjenigen Parkbesucher, die die Frage danach, worum es sich beim Florians Garten handelt, richtig beantworten konnten, waren 50 Jahre und älter (BesDO II, n = 77). Auch den

⁴¹ Frage: Einige Flächen des Westfalenparks wurden und werden noch zum Florians Garten umgestaltet. Wissen Sie, worum es sich dabei handelt? Wenn ja, worum?

 $^{^{40}}$ In der Vorherbefragung in Heilbronn in 2005 ließ sich Ähnliches feststellen (siehe Hacke, Lohmann 2006).

im Botanischen Obstgarten befragten Älteren waren die neuen Angebote eher aufgefallen als den Jüngeren (54 % vs. 38 %; BesHN II, n = 75). 42

Abb. 14.4: Nutzung des Florians Garten nach Altersgruppen



Insbesondere bei den Weiterbildungsmöglichkeiten des Nachhaltigen Stadtparks (Führungen, Vorträge und Kurse zu Gartenthemen) zeigt sich die größere Nachfrage der Älteren, die sich darin begründet, dass die ab 50-Jährigen einen größeren Informationsbedarf an botani-

76

⁴² Frage: Der Botanische Obstgarten wurde in den letzten Jahren im Rahmen des Projekts "Nachhaltige Stadtparks" umgestaltet und um verschiedene neue Angebote - wie bspw. auch der heutige Herbstmarkt - bereichert. Sind Ihnen Veränderungen aufgefallen? Wenn ja, welche?

schen und floristischen Themen haben. Dies ließ sich in allen Befragungen nachweisen, auch in den Besucherbefragungen im Vergleichspark Hermannshof Weinheim. Gleichzeitig verfügen die Älteren nach eigenen Angaben über einen größeren Wissensstand (siehe Tabelle 14.4).

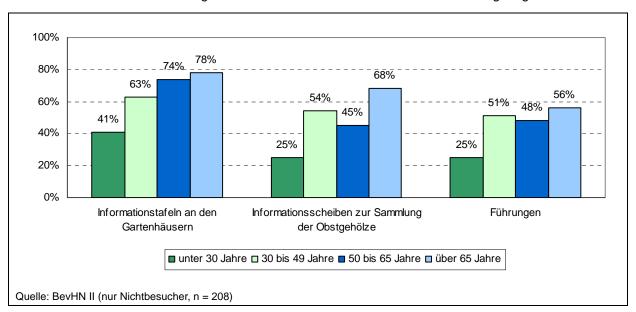
Tab. 14.4: Botanische Kenntnisse und weiterer Informationsbedarf (kumulierte % von "stimme voll und ganz zu" und "stimme weitgehend zu"; gesamt und nach Altersgruppen)

	Ich fir	nde, dass ic	h über Pfla	nzen aus G	arten und N	latur, die be	i uns vorko	ommen, gut	t Bescheid	weiß.
	Dortmund				Heilbronn				Weinheim	
	BevDO I	BevDO II	BesDO I	BesDO II	BevHN I	BevHN II	BesHN I	BesHN II	BesWE I	BesWE II
	(n=300)	(n=300)	(n=74)	(n=77)	(n=301)	(n=320)	(n=73)	(n=75)	(n=85)	(n=77)
gesamt	31 %	29 %	37 %	47 %	46 %	37 %	59 %	48 %	51 %	43 %
< 30 J.	13 %	12 %	21 %	29 %	33 %	17 %	37 %	45 %	61 %	33 %
30-49 J.	22 %	25 %	21 /0	29 /0	42 %	29 %	31 /0	45 /0	01 /6	33 /6
50-65 J.	38 %	31 %	54 %	67 %	49 %	44 %	74 %	50 %	41 %	50 %
> 65 J.	79 %	53 %	J + /0	01 /0	69 %	60 %	1 7 /0	JU /0	1 1 /0	JU /0

	lo	h würde ge	rne mehr ü	ber bei uns	wachsend	e Pflanzena	rten in Gart	ten und Nat	tur erfahrer	١.
	Dortmund			Heilbronn				Wein	heim	
	BevDO I	BevDO II	BesDO I	BesDO II	BevHN I	BevHN II	BesHN I	BesHN II	BesWE I	BesWE II
	(n=300)	(n=300)	(n=74)	(n=77)	(n=301)	(n=320)	(n=73)	(n=75)	(n=85)	(n=77)
gesamt	37 %	40 %	47 %	43 %	42 %	43 %	70 %	68 %	80 %	75 %
< 30 J.	23 %	23 %	37 %	37 %	29 %	21 %	73 %	72 %	83 %	85 %
30-49 J.	36 %	39 %	31 /6	31 /6	46 %	48 %	73 /6	12 /0	03 %	00 %
50-65 J.	49 %	47 %	57 %	50 %	46 %	37 %	67 %	65 %	78 %	68 %
> 65 J.	43 %	53 %	J1 /0	JU /6	39 %	62 %	01 /0	05 /6	70 /0	00 /0

Auch unter den bisherigen Nichtbesuchern des Botanischen Obstgartens sind es die Ältesten, die sich mehr für die angebotenen Informationsmöglichkeiten interessieren.

Abb. 14.5: Interesse der bisherigen Nichtbesucher des BOG an den Weiterbildungsangeboten



14.3 Frauen und Männer

Frauen sind gemeinhin etwas interessierter am Nachhaltigen Stadtpark als Männer. Die Unterschiede zwischen den Geschlechtern in der Nutzung der Modellanlagen sind aber meist nur minimal und werden nicht signifikant. Signifikante Unterschiede kommen nur bei sehr speziellen Angeboten wie bspw. Blumenbinderkursen bzw. Floristikkursen zum Tragen, die sowohl in Heilbronn als auch in Dortmund eher Frauen als Männer ansprechen.

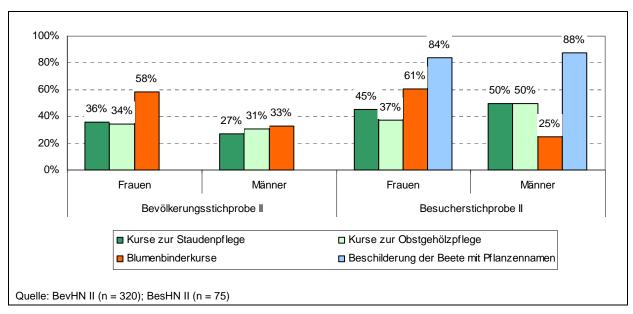


Abb. 14.6: Interesse an geplanten Weiterentwicklungen des BOG nach Geschlecht

In Dortmund zeigten sich zudem Geschlechterunterschiede im Hinblick auf die Möglichkeiten, im Florians Garten erzeugte Produkte kaufen zu können, die Frauen ebenfalls interessanter fanden als Männer.

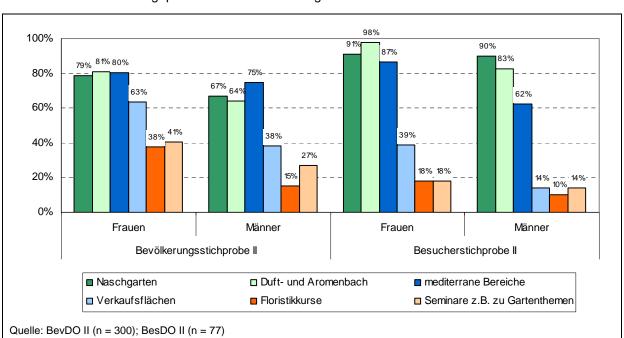


Abb. 14.7: Interesse an geplanten Weiterentwicklungen des Florians Garten nach Geschlecht

14.4 Besitzerinnen und Besitzer eines privaten Gartens

Bei der Bewertung des Nachhaltigen Stadtparks ist es ebenfalls meist ohne Einfluss, ob die Befragten einen eigenen Garten nutzen können oder nicht. Wie bereits die Ergebnisse der Clusteranalyse vermitteln, war die Verfügbarkeit über einen eigenen Garten in Dortmund kaum und in Heilbronn gar nicht ausschlaggebend für die Klassifizierung einzelner Besuchergruppen. Dies bestätigt auch noch einmal die Abbildung 14.8, die für die beiden Bevölkerungsbefragungen der Evaluationsphase sehr ähnliche Anteile von Gartenbesitzern sowohl innerhalb der Besucherinnen und Besuchern der Modellanlagen als auch bei den Nichtbesuchern ausweist.

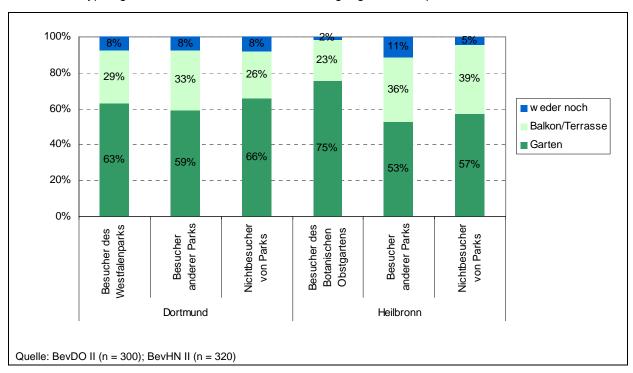


Abb. 14.8: Typologie der Parkbesucher nach ihrem Zugang zu einem privaten Garten

Befragte mit Zugang zu einem privaten Garten sehen den Botanischen Obstgarten zu 90 % (BevHN II) und den Florians Garten/Westfalenpark zu 73 % (BevDO II) als gute Alternative zum eigenen Garten an, weil man - wie im privaten Garten auch - im Grünen und an der frischen Luft sein kann, schöne Blumen oder Bäume um sich hat und individuelle Nutzungsmöglichkeiten vorfindet⁴³. Für die Besitzer von eigenen Gärten bedeutet eine individuelle Nutzung häufig auch, sich hinsichtlich der Gartengestaltung und Pflege in den Modellanlagen Tipps und Anregungen holen zu wollen. So begründen sich ihre Besuche in den Nachhaltigen Stadtparks neben dem "klassischen" Wunsch nach Erholung ebenso mit einer Faszination für die Anlage, in der sie sich über botanische Fachthemen informieren wollen und können.

Demzufolge sind es speziell die Weiterbildungsangebote wie Kurse zur Obstgehölz- oder Staudenpflege, wie sie im Botanischen Obstgarten angeboten werden, die die Hobbygärtner in besonderem Maße ansprechen. Für solche Kurse zu Gartenthemen wären Kosten von

_

 $^{^{}m 43}$ Diese Begründungen gehörten in allen Stichproben zu den am häufigsten genannten.

10 Euro (Medianwert) akzeptabel - eine Größenordnung, die sich so in allen Nachherbefragungen fand.

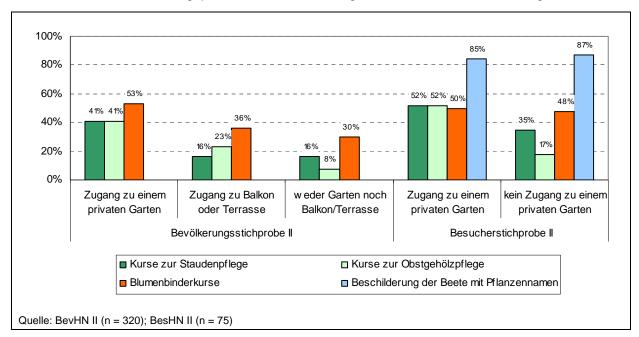


Abb. 14.9: Interesse an den geplanten Weiterentwicklungen des BOG nach Gartenverfügbarkeit

14.5 Familien mit Kindern

Familien mit Kindern schätzen den Westfalenpark der vielfältigen Spielangebote wegen (vgl. Besuchsmotive in Tab. 14.3). Im Botanischen Obstgarten sind Familien - sowohl mit kleinen Kindern bis zu 6 Jahre als auch mit älteren Kindern - vergleichweise seltener anzutreffen.

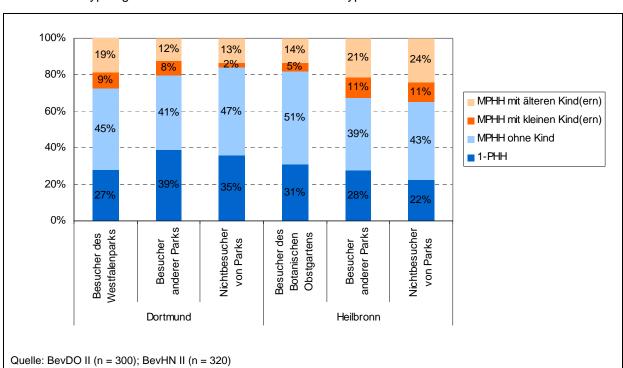


Abb. 14.10: Typologie der Parkbesucher nach Haushaltstyp

Dennoch sind die Möglichkeiten, die der Nachhaltige Stadtpark bietet, auch für Familien mit Kindern von Interesse. Dies zeigt sich am Beispiel des Botanischen Obstgarten im Ergebnis, dass 20 % der Familien mit Kindern die Eignung des BOG als Lernort für Kinder explizit als Besuchsgrund hervorhoben. Dies zeigt sich auch in der Tabelle 14.5, wo deutlich wird, dass zwischen den einzelnen betrachteten Haushaltstypen keine gravierenden Unterschiede in der Nutzung des Botanischen Obstgarten festzustellen sind. Gerade die neue Bepflanzung des BOG mit den beinahe das ganze Jahr über blühenden Staudenflächen, aber auch die Marktveranstaltungen sind bereits von vielen Familien angeschaut oder besucht worden bzw. ist deren Nutzung noch beabsichtigt.

Tab. 14.5: Nutzung des Botanischen Obstgartens nach der Umgestaltung durch die Heilbronner Stadtbevölkerung nach Haushaltstyp

	1-P	НН	MPHH of	nne Kind	MPHH mit Kind(ern)		
	schon	Nutzung	schon	Nutzung	schon	Nutzung	
	genutzt od.	noch be-	genutzt od.	noch be-	genutzt od.	noch be-	
	angeschaut	absichtigt	angeschaut	absichtigt	angeschaut	absichtigt	
Informationstafeln über die historischen Gartenlauben	68 %	19 %	83 %	12 %	55 %	32 %	
Fast ganzjährig blühende Staudenbeete	73 %	17 %	85 %	12 %	64 %	29 %	
Informationsscheiben zur Sammlung regionaler Obstgehölze	40 %	34 %	40 %	39 %	53 %	13 %	
Hofladen	28 %	35 %	27 %	46 %	29 %	20 %	
Führungen zur Geschichte, Gestaltung und Bepflanzung	9 %	36 %	30 %	39 %	3 %	45 %	
Herbstmarkt	58 %	12 %	67 %	23 %	61 %	27 %	
Kulinarische Köstlichkeiten im Sonntagsgarten	22 %	46 %	28 %	46 %	29 %	45 %	
Frühsommer-Markt "Garten-Kunst-Handwerk"	54 %	30 %	60 %	35 %	62 %	28 %	
Lesungen der Stadtbibliothek im Maurischen Garten	15 %	66 %	12 %	42 %	5 %	64 %	

Quelle: BevHN II (nur Besucher, n = 112)

Ähnliches lässt sich auch für den Florians Garten beschreiben, der den Familien zusätzlich zum bereits bestehenden und wertgeschätzten Angebot an Spielplätzen⁴⁴ neue Möglichkeiten der Beschäftigung mit Kindern offeriert. So ist das Interesse der Familien mit Kindern an den zum Befragungszeitpunkt noch in der Planung befindlichen Weiterentwicklungen des Florians Garten ähnlich hoch wie in den übrigen Gruppen. Den größten Anklang findet der Duft- und Aromenbach, der im Sommer nach Kräutern und Zitruspflanzen duftet und neue Sinneseindrücke ermöglicht.

_

⁴⁴ Die hohe Wertigkeit der verschiedenen Spielplätze bei den Besucherinnen und Besuchern des Westfalenparks wurde in der Besucherbefragung BesDO I z.B. dadurch belegt, dass über 30 % der Befragten die Spielplätze als beliebteste Aufenthaltsorte angegeben hatten (siehe Hacke, Rölle, Lohmann 2006, S. 39).

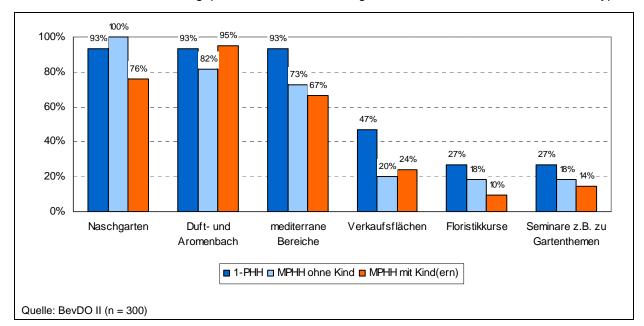


Abb. 14.11: Interesse an den geplanten Weiterentwicklungen des Florians Garten nach Haushaltstyp

14.6 Verschiedene Kulturen

Ausländische Personen waren zu 5 % in der Dortmunder und zu 11 % in der Heilbronner Wohnbevölkerungsbefragung (Bevölkerungsstichprobe II) vertreten. Sie besuchen im Vergleich zum Gesamtdurchschnitt weniger oft die beiden Modellanlagen. Etwa die Hälfte der in Dortmund befragten nicht-deutschen Personen gehört zu den regelmäßigen Besuchern des Westfalenparks (Gesamtdurchschnitt zum Vergleich 77 %). Für den Botanischen Obstgarten ist dieser Anteil mit 13 % kleiner (Gesamtdurchschnitt 35 %). Die überwiegend meisten ausländischen Befragten finden die Umgestaltungen zum Nachhaltigen Stadtpark dennoch gut bis sehr gut (BevDO II 83 %; BevHN II 71 %). Für 40 % (Dortmund) bzw. 22 % (Heilbronn) stellt die Neukonzeption auf jeden Fall einen Anreiz für den Besuch dar.

15 Synoptische Betrachtung der Akzeptanz des Nachhaltigen Stadtparks

In der Zusammenschau der Befunde lässt sich feststellen, dass das Konzept des "Nachhaltigen Stadtparks" gute Erfolge bei den Nutzerinnen und Nutzern in allen betrachteten Teilgruppen zeigt. Zudem halten die meisten Befragten die Anlagen für eine Sehenswürdigkeit, die man Besuchern gern vorführt. Besonders angesprochen fühlt sich die ältere Generation, die botanischen Themen gegenüber sehr aufgeschlossen ist. Für Personen, die privat einen Garten nutzen können, geben die Nachhaltigen Stadtparks viele Gelegenheiten, um Gestaltungs- und Pflegetipps zu erhalten. Somit sind die angebotenen Kurse zur Stauden- oder Gehölzpflege für sie besonders bereichernd. Frauen interessieren sich überdies für Blumenbinder- und Floristikkurse mit Pflanzenmaterial aus den Anlagen.

Das Interesse an einer ästhetisch hochwertigen Gartenanlage ist allgemein hoch. So kommt die Hälfte der befragten Heilbronner Einwohner, die den Botanischen Obstgarten besuchen, der schönen Gartenanlage bzw. der verschiedenen Pflanzenattraktionen wegen (32 bzw. 82

19 %; BevHN II, nur Besucher, n = 112). Besonderes Lob erfahren dabei die beinahe ganzjährig blühenden Staudenflächen in den verschiedenen Farbkompositionen. Die Dortmunder Wohnbevölkerung zeichnet mit 25 % (schöne Anlage des Florians Garten) und 22 % solcher Nennungen (Pflanzenattraktionen) ein sehr ähnliches Bild (BevDO II, nur Besucher, n = 230). Dem Dortmunder Publikum gefielen die Frühlingsflächen am besten, die zum Befragungszeitpunkt im Florians Garten erstmals in voller Blüte standen.

Die Möglichkeit, direkt im Park erzeugte Produkte (Blumensträuße, Obst, Kräuter usw.) erwerben zu können, wird von den Besucherinnen und Besuchern ebenfalls deutlich positiv bewertet. In Heilbronn, wo im Projektverlauf bereits ein Hofladen und regelmäßig veranstaltete Märkte zum Einkaufen genutzt werden konnten, hatte bereits etwas mehr als die Hälfte der Befragten (53 %, BevHN II, nur Besucher, n = 112) Produkte erworben. In Dortmund stießen die zum Befragungszeitpunkt noch in der Planung befindlichen, zukünftigen Verkaufsflächen in den Eingangsbereichen auf ein ähnlich hohes Interesse (55 %, BevDO II, nur Besucher, n = 230). Tolerierte Preise für in den Anlagen erzeugte Sträuße liegen bei etwa 5 bis 10 Euro.

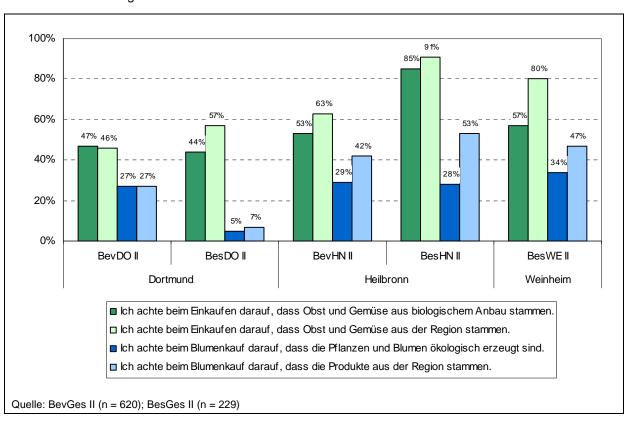


Abb. 15.1: Einkaufsgewohnheiten beim Einkauf von Obst und Gemüse bzw. Blumen

Interessant ist in diesem Zusammenhang auch noch einmal der Blick auf die Einkaufsgewohnheiten der Befragten. Dabei zeigte sich - wie schon in den Vorherbefragungen (siehe Kap. 8) -, dass beträchtliche Teile der Befragten darauf Wert legen, dass Obst und Gemüse aus der Region stammen bzw. biologisch angebaut wurden.

Beim Blumenkauf spielt die regionale Herkunft oder die ökologische Erzeugung bislang (noch) eine untergeordnete Rolle. Die besonders hohen Zustimmungswerte der Heilbronner Besucherstichprobe, die am Herbstmarktwochenende 2007 befragt wurde, sprechen für die

hohe Qualität dieses Marktes, der eine Verkaufsplattform für regionale und Bioprodukte darstellt.

Die hohe Wertschätzung der Parkanlagen durch die Wohnbevölkerung und die Besucherinnen und Besucher führt dazu, dass einer Erhöhung bzw. Einführung eines Eintrittsgeldes zumeist zugestimmt werden würde. Im Botanischen Obstgarten, wo zum Befragungszeitpunkt noch kein Eintrittsgeld verlangt wurde, würde die Erhebung von Eintritt von knapp zwei Drittel der befragten Einwohnerinnen und Einwohner (64 %) und knapp drei Viertel der Parkbesucher (72 %) als gerechtfertigt akzeptiert werden. Der tolerierte Eintrittspreis läge bei etwa 2 Euro (Medianwerte). Für den bereits eintrittspflichtigen Westfalenpark würden 54 % der befragten Wohnbevölkerung und 44 % der Besucherinnen und Besucher einem etwas erhöhten Eintritt bei Veranstaltungen zustimmen, wenn zusätzlich Floristik-Shows angeboten werden.

Ein wichtiger Baustein des Nachhaltigen Stadtparks sind die Partizipationsmöglichkeiten und das Engagement der Bürger. Generell wären Teile der Bevölkerung grundsätzlich bereit, sich bei der Pflege der Modellanlagen zu engagieren (Bevölkerungsstichprobe II: Heilbronn 24 %, Dortmund 12 %). In Heilbronn, wo ein Förderverein Träger des Botanischen Obstgartens ist, käme für ein Drittel der befragten Bürger (36 %, Bevölkerungsstichprobe II, n = 320) eine Mitgliedschaft ggf. in Frage. Bei den direkt während des Herbstsmarktes 2007 Befragten (Besucherstichprobe II, n = 75) streben 7 % auf jeden Fall ein Mitgliedschaft an.

Teil IV

Zusammenfassung

16 Zusammenfassung

Im Rahmen des Forschungsvorhabens "Nachhaltige Stadtparks" sollte modellhaft im Botanischen Obstgarten Heilbronn und im Westfalenpark Dortmund ein neuer öffentlicher Grünflächentyp - der Nachhaltige Stadtpark - entworfen, eingehend getestet und hinsichtlich seiner Tragfähigkeit für die kommunale Praxis und seiner Akzeptanz bei den Nutzerinnen und Nutzern bewertet werden. Forschungspartner im Verbund waren drei Forschungsinstitute - das federführende Institut für Regionalwissenschaft der Universität Karlsruhe, die Agentur für Organisation und Kooperationsdesign und das Institut Wohnen und Umwelt. Praxispartner waren die beiden Modellanlagen sowie der Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof in Weinheim, der als Vergleichspark teils als Vorbild und teils zur Absicherung der Erkenntnisse diente.

Charakteristisch für das Konzept des Nachhaltigen Stadtparks ist eine neue Form der Parkbewirtschaftung. Die in den Modellanlagen ganzjährig zu genießende Duft- und Blütenpracht attraktiver Gartenpflanzen soll den Parkbesuch zu jeder Jahreszeit zu einem anregenden Sinneserlebnis machen. Durch den Verkauf und die Vermarktung der hier erzeugten Schnittblumen, Staudenpflanzen und Kräuter, die den Anlagen unter Wahrung des ästhetischen Gesamtbildes entnommen werden, können Einnahmen erzielt werden, die der Anlagenpflege und der Verbesserung der Parkqualität zu gute kommen. Das Parkpublikum findet im öffentlichen Garten 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. Die Parkidee setzt auf ein offenes Konzept, das auf Wünsche der Besucherschaft in gewissem Umfang reagieren kann. Dieses offene Konzept ermöglicht den Aufbau eines lokalen Netzwerkes, welches alle am Stadtpark Beteiligten und Interessierten integrieren und in dem ein Förderverein eine wichtige Rolle einnehmen soll. Das partnerschaftliche Engagement bei der Errichtung und Erhaltung des nachhaltigen Stadtparks trägt dazu bei, die Lebens- und Wohnqualität in der eigenen Stadt zu erhöhen, und soll den Park zu einem Aushängeschild über die Stadtgrenzen hinaus machen. Hinzukommt, dass Fachwissen zu den Themen Pflanzung, Pflege und Vermehrung von Gartenpflanzen angeboten wird.

Ein wesentlicher Baustein des Konzepts Nachhaltiger Stadtpark ist die Orientierung an den Bedürfnissen und Interessen der Nutzerinnen und Nutzer. Dementsprechend war die Messung der Akzeptanz dieses Konzepts bei den verschiedenen Bevölkerungs- und Besuchergruppen unerlässlicher Bestandteil einer umfassenden Erfolgskontrolle. Von Bedeutung war zudem der Vorher-Nachher-Vergleich (vor und nach der Umsetzung des Konzepts Nachhaltiger Stadtpark), um Veränderungen im Parknutzungsverhalten oder bei den Besuchsmotiven feststellen zu können.

Mit dem Wissen, dass sich die Wirkungen von Parks grundsätzlich in Onsite- und Offsite- Effekte unterteilen lassen, d.h. sowohl die aktuellen Nutzer von Parks als auch Stadtbewohner umfassen, die den Park derzeit nicht nutzen, wurde ein Untersuchungsdesign entwickelt, welches beide Gruppen gleichermaßen berücksichtigte. Ingesamt wurden während der gesamten Projektlaufzeit 1682 Personen befragt, darunter 1221 Personen zuhause am Telefon und 461 Personen im persönlichen Interview während ihres Besuches im Park.

Tab. 16.1: Überblick über die Anzahl der Befragten

	Vorherbefragung im Jahr 2005					
Bevölkerung	sstichprobe I	E	Besucherstichprobe	I		
Dortmund	Heilbronn	Dortmund	Heilbronn	Weinheim		
300	301	74	73	85		
	Nachherbef	ragung im Jahr 200	7 bzw. 2008			
Bevölkerung	sstichprobe II	Е	Besucherstichprobe	II		
Dortmund	Heilbronn	Dortmund	Heilbronn	Weinheim		
300	320	77	75	77		

Die verschiedenen empirischen Erhebungen verfolgten im Wesentlichen drei Ziele: Zum ersten sollten die individuellen Einstellungen, Motive und Bedürfnisse für den Besuch von Parks in den Modellstädten ermittelt werden. Zum zweiten sollten die Hinderungsgründe für den Parkbesuch und Möglichkeiten der Attraktivitätssteigerung analysiert werden. Das dritte Ziel bestand schließlich in der Bewertung des Konzepts Nachhaltiger Stadtpark. Zur Absicherung der Erkenntnisse wurde ein Vergleichspark - der Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof Weinheim - einbezogen, der im Zeitverlauf nicht verändert wurde.

In der Zusammenschau der sozialwissenschaftlichen Befunde lässt sich feststellen, dass Parks und Grünanlagen generell bei der Stadtbevölkerung einen hohen Stellenwert haben. Sie werden gern und häufig aufgesucht und erfüllen vielfältigste Bedürfnisse. Die jeweiligen Präferenzen sind vor allem abhängig vom Alter und der Familiensituation, d.h. sie werden insbesondere dadurch bestimmt, ob kleine Kinder im Haushalt leben oder nicht. Parks bieten Erholung und Entspannung, Sport und Bewegung, Naturerleben und frische Luft. Sie sind Orte der Begegnung mit anderen, deren ästhetische Gestaltung und Weitläufigkeit Freude und Genuss versprechen. Sie dienen Kindern als Spiel- und Erfahrungsraum. In ihnen kann man frei entscheiden, was man tun möchte, man ist draußen und mal weg vom alltäglichen Stress.

Nur einer von zehn Befragten (9 % Bevölkerungsstichprobe II gesamt) besucht nur einmal im Jahr, noch seltener oder nie Parkanlagen, weil z.B. gesundheitliche Gründe dem entgegenstehen, die Zeit fehlt oder der eigene Garten lieber genutzt wird. Dennoch finden auch Nichtbesucher das Vorhandensein von Parks in der Stadt wichtig.

Das Konzept des "Nachhaltigen Stadtparks" zeigte gute Erfolge bei den Nutzerinnen und Nutzern in allen betrachteten Teilgruppen. Zudem halten die meisten Befragten die Anlagen für eine Sehenswürdigkeit, die man Besuchern gern vorführt. Besonders angesprochen fühlt sich die ältere Generation, die botanischen Themen gegenüber sehr aufgeschlossen ist. Für Personen, die privat einen Garten nutzen können, geben die Nachhaltigen Stadtparks viele Gelegenheiten, um Gestaltungs- und Pflegetipps zu erhalten. Somit sind die angebotenen Kurse zur Stauden- oder Gehölzpflege für sie besonders bereichernd. Frauen interessieren sich überdies für Blumenbinder- und Floristikkurse mit Pflanzenmaterial aus den Anlagen.

Das Interesse an einer ästhetisch hochwertigen Gartenanlage ist allgemein hoch. So kam die Hälfte der befragten Heilbronner Einwohner, die den Botanischen Obstgarten besuchen, der schönen Gartenanlage bzw. der verschiedenen Pflanzenattraktionen wegen (32 bzw. 19 %; Bevölkerungsstichprobe II, nur Besucher, n = 112). Besonderes Lob erfuhren dabei die beinahe ganzjährig blühenden Staudenflächen in den verschiedenen Farbkompositionen. Die Dortmunder Wohnbevölkerung zeichnete mit 25 % (schöne Anlage des Florians Garten) und

22 % solcher Nennungen (Pflanzenattraktionen) ein sehr ähnliches Bild (Bevölkerungsstichprobe II, nur Besucher, n = 230). Dem Dortmunder Publikum gefielen die Frühlingsflächen am besten, die zum Befragungszeitpunkt im Florians Garten erstmals in voller Blüte standen.

Die Möglichkeit, direkt im Park erzeugte Produkte (Blumensträuße, Obst, Kräuter usw.) erwerben zu können, wurde von den Besucherinnen und Besuchern ebenfalls deutlich positiv bewertet. In Heilbronn, wo im Projektverlauf bereits ein Hofladen und regelmäßig veranstaltete Märkte zum Einkaufen genutzt werden konnten, hatte bereits etwas mehr als die Hälfte der Befragten (53 %, Bevölkerungsstichprobe II, nur Besucher, n = 112) Produkte erworben. In Dortmund stießen die zum Befragungszeitpunkt noch in der Planung befindlichen, zukünftigen Verkaufsflächen in den Eingangsbereichen auf ein ähnlich hohes Interesse (55 %, Bevölkerungsstichprobe II, nur Besucher, n = 230). Tolerierte Preise für in den Anlagen erzeugte Sträuße lagen bei etwa 5 bis 10 Euro.

Die hohe Wertschätzung der Parkanlagen durch die Wohnbevölkerung und die Besucherinnen und Besucher führt dazu, dass einer Einführung bzw. Erhöhung eines Eintrittsgeldes zumeist zugestimmt werden würde. Im Botanischen Obstgarten, wo zum Befragungszeitpunkt noch kein Eintrittsgeld verlangt wurde, würde die Erhebung von Eintritt von knapp zwei Drittel der befragten Einwohnerinnen und Einwohner (64 %) und knapp drei Viertel der Parkbesucher (72 %) als gerechtfertigt akzeptiert werden. Der tolerierte Eintrittspreis läge bei etwa 2 Euro (Medianwerte). Für den bereits eintrittspflichtigen Westfalenpark würden 54 % der befragten Wohnbevölkerung und 44 % der Besucherinnen und Besucher einem etwas erhöhten Eintritt bei Veranstaltungen zustimmen, wenn zusätzlich Floristik-Shows angeboten werden.

Ein wichtiger Baustein des Nachhaltigen Stadtparks sind die Partizipationsmöglichkeiten und das Engagement der Bürger. Generell wären Teile der Bevölkerung grundsätzlich bereit, sich bei der Pflege der Modellanlagen zu engagieren (Bevölkerungsstichprobe II: Heilbronn 24 %, Dortmund 12 %). In Heilbronn, wo ein Förderverein Träger des Botanischen Obstgartens ist, käme für ein Drittel der befragten Bürger (36 %, Bevölkerungsstichprobe II, n = 320) eine Mitgliedschaft ggf. in Frage. Bei den direkt während des Herbstsmarktes 2007 Befragten (Besucherstichprobe II, n = 75) streben 7 % auf jeden Fall ein Mitgliedschaft an.

Teil V Literaturnachweis und Verzeichnisse

17 Literaturnachweis und Verzeichnisse

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50, 179-211.

Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & R. Weiber (2006). Multivariate Analysemethoden. 11., überarbeitete Aufl. Berlin, Heidelberg: Springer.

Bell, P. A., Greene, T. C., Fisher, J. D. & A. Baum (2001). Environmental psychology. 5. Aufl. Fort Worth: Harcourt College Publishers.

Breuer, B., Hacke, U. & G. Lohmann (2006). Der Schau- und Sichtungsgarten Hermannshof aus sozialwissenschaftlicher Sicht. Befragungsergebnisse 2005. Darmstadt: Institut Wohnen und Umwelt.

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.

Hacke, U. & G. Lohmann (2006). Nachhaltiger Stadtpark. Der Botanische Obstgarten Heilbronn aus sozialwissenschaftlicher Sicht. Befragungsergebnisse 2005. Darmstadt: Institut Wohnen und Umwelt.

Hacke, U., Rölle, D. & G. Lohmann (2006). Nachhaltiger Stadtpark. Der Dortmunder Westfalenpark aus sozialwissenschaftlicher Sicht. Befragungsergebnisse 2005. Darmstadt: Institut Wohnen und Umwelt.

Kaplan, R. & s, Kaplan (1989). The experience of nature. A psychological perspective. Cambridge: Cambridge University Press.

Kaplan, S. (1995). The restorative benefit of nature: Towards an integrative framework. Journal of Environmental Psychology, 15, 169-182.

Lein-Kottmeier, G., Ostmann, A. & J. Vogt (Hg.) (2008). Nachhaltige Stadtparks. Konzept und Praxisbeispiele. Frickenhausen: Regionalwissenschaftlicher Fachverlag (RWFV).

Milchert, J. (1985). Zur Kritik aktueller ästhetischer Leitbilder der Landschaftsarchitektur. Das Gartenamt, 34, 642-654.

Ostmann, A. & J. Vogt (2004). Zur Ökonomie der Stadtparkkultur. Zeitschrift für Sozialmanagement, Bd. 2, 2, 97-121.

Perkins, D., Wandersman, A., Rich, R. & R. Taylor (1993). The physical environment of the street crime: Defensible space, territoriality and incivilities. Journal of Environmental Psychology 13(1), 29-49. Sonnenmoser, M. (1997). Umweltbewusstes Einkaufen. Eine Studie zur Anwendung der Theorie des geplanten Verhaltens. Landau: Verlag Empirische Pädagogik.

Ulrich, R. (1984). View through a window may influence recovery from surgery. Science, 224, 420-421.

Tabellenverzeichnis

Die drei Dimensionen des Nachhaltigen Stadtparks im Überblick	5
Die Stichproben im Überblick (absolute Zahlen)*	15
Stichproben in Dortmund nach ausgewählten Merkmalen (in Prozent)	16
Stichproben Heilbronn nach ausgewählten soziodemographischen Merkmalen (in Prozer	,
Stichproben Weinheim nach ausgewählten soziodemographischen Merkmalen (in Prozei	
	18

Tab.	6.1:	Antworten auf die Frage, inwieweit ein Park ein Ersatz für den eigenen Garten sein kann Mehrfachantworten (Nennungen von mindestens 5 % der Befragten)	
Tab.	9.1: 2	Zustimmung zu verschiedenen Formen der Beteiligung, Prozentangaben	. 33
Tab.	10.1:	Zustimmung zu den einzelnen Konzeptelementen des Nachhaltigen Stadtparks	. 37
Tab.	11.1:	Nutzung des Florians Garten durch die Stadtbewohner und Parkbesucher	. 46
Tab.	11.2:	Verbesserungsvorschläge zum Westfalenpark (Mehrfachantworten, nur Nennungen von mindestens 5 % der Befragten)	. 49
Tab.	12.1:	Verbesserungsvorschläge zum Botanischen Obstgarten (Mehrfachantworten, nur Nennungen von mindestens 5 % der Befragten)	. 59
Tab.	13.1:	Rotierte Komponentenmatrix der Faktorenanalyse der Besuchsmotive	. 64
Tab.	14.1:	Beurteilung der Modellanlagen als Sehenswürdigkeit	. 68
Tab.	14.2:	Beurteilung des Konzepts Nachhaltiger Stadtpark durch die bisherigen Nichtbesucher	69
Tab.	14.3:	Motive für den Besuch der Modellanlagen nach Teilgruppen (Mehrfachantworten)	. 69
Tab.	14.4:	Botanische Kenntnisse und weiterer Informationsbedarf (kumulierte % von "stimme voll u ganz zu" und "stimme weitgehend zu"; gesamt und nach Altersgruppen)	
Tab.	14.5:	Nutzung des Botanischen Obstgartens nach der Umgestaltung durch die Heilbronner Stadtbevölkerung nach Haushaltstyp	. 81
Tab.	16.1:	Überblick über die Anzahl der Befragten	. 88
Ab	bild	ungsverzeichnis	
Abb.	3.1:	Der Forschungsverbund mit Praxispartnern	
Abb.	3.2:	Übersichtsplan des Westfalenparks	
	3.3:	Luftaufnahme des Botanischen Obstgartens (vor der Umgestaltung)	
		Historische Achteck-Laube vor und nach der Umgestaltung des BOG	
Abb.	3.5:	Übersichtsplan des Schau- und Sichtungsgartens Hermannshof Weinheim	11
		Anwendung der Theorie des geplanten Verhaltens auf die Erklärung von Parkbesuchen	
Abb.	4.2:	Bildliche Darstellung der Attention Restoration Theory (ART)	. 13
Abb.	6.1:	Subjektive Wichtigkeit von Parks und Grünanlagen, Prozentangaben*	. 21
Abb.	6.2:	Üblichkeit des Besuchs von Parks, Prozentangaben*	. 23
Abb.	6.3:	Häufigkeit des Besuchs von Parks in der Stadt, Prozentangaben	. 24
Abb.	6.4:	Bevorzugte Zeiten und Anlässe für den Parkbesuch, Mehrfachantworten	. 24
Abb.	6.5:	Motive für den Besuch von Parks, Prozentangaben (Mehrfachantworten, nur Nennunger von mindestens 10 % der Befragten)	
Abb.	6.6:	Subjektive Wichtigkeit von Parks und Grünanlagen nach Regelmäßigkeit der Parknutzur Prozentangaben	_
Abb.	7.1:	Kenntnis über und Interesse an Gartenthemen	. 27
Abb.	7.2:	Kenntnis über und Interesse an Gartenthemen - Vergleich der Bewohner- und der Besucherstichprobe	. 28
Abb.	7.3:	Interesse an Führungen	. 28

Abb. 8.1	: Häufigkeit des Kaufs von Schnittblumen	. 29
Abb. 8.2	: Gewohnheiten beim Einkauf von Obst und Gemüse	. 30
Abb. 8.3	: Gewohnheiten beim Einkauf von Obst- und Gemüse - Vergleich der Bewohner- und der Besucherstichprobe I	. 31
Abb. 8.4	: Vorhandensein von eigenen Erntemöglichkeiten	. 32
Abb. 9.1	: Mitwirkungsinteresse bei der Erhaltung bzw. Steigerung der Qualität von Stadtparks	. 32
Abb. 9.2	: Zahlungsbereitschaft für einen (erhöhten) Eintrittspreis	. 33
Abb. 10.	Regelmäßige Nutzerinnen und Nutzer der Modellanlagen nach ausgewählten soziodemographischen Merkmalen	. 34
Abb. 10.	2: Zustimmung zu möglichen Motiven für den Besuch der Modellanlagen	. 35
Abb. 10.	3: Gründe für den Besuch der Modellparkanlagen (Mehrfachantworten)	. 36
Abb. 10.	4: Zustimmung zu einzelnen Konzeptelementen des Nachhaltigen Stadtparks, Mittelwerte .	. 37
Abb. 10.	5: Wahrscheinlichkeit eines (häufigeren) Parkbesuchs nach der Umgestaltung zum Nachhaltigen Stadtpark	. 38
Abb. 10.	6: Wahrscheinlichkeit eines (häufigeren) Parkbesuchs nach der Umgestaltung zum Nachhaltigen Stadtpark nach Altersgruppen	. 39
Abb. 10.	7: Zustimmung zu den einzelnen Konzeptelementen des Nachhaltigen Stadtparks nach Altersgruppen, Mittelwerte	. 39
Abb. 11.	1: Typologie der Parkbesucher/Nicht-Parkbesucher in den Befragungen der Wohnbevölker	_
Abb. 11.	2: Häufigkeit des Besuchs des Westfalenparks	. 43
Abb. 11.	3: Favorisierte Zeiten für Besuche des Westfalenparks*	. 44
Abb. 11.	4: Aktivitäten beim Besuch des Westfalenparks (Mehrfachantworten, nur Nennungen von mindestens 10 % der Befragten)	. 45
Abb. 11.	5: Motive für den Besuch des Westfalenparks (Mehrfachantworten, nur Nennungen von mindestens 5 % der Befragten)	. 45
Abb. 11.	6: Interesse der bisherigen Nichtbesucher am Florians Garten	. 47
Abb. 11.	7: Interesse an den geplanten Weiterentwicklungen des Florians Garten	. 47
Abb. 11.	8: Bewertung des Gesamtkonzepts Florians Garten	. 48
Abb. 11.	9: Florians Garten als Anreiz für bisherige Nichtbesucher	. 48
Abb. 12.	1: Typologie der Parkbesucher/Nicht-Parkbesucher in der Bevölkerungsbefragung 2007	. 52
Abb. 12.	2: Wohnort der Besucherinnen und Besucher sowie Kenntnisquelle des BOG	. 53
Abb. 12.	3: Häufigkeit des Besuchs des Botanischen Obstgartens	. 53
Abb. 12.	4: Favorisierte Zeiten für den Obstgartenbesuch	. 54
Abb. 12.	5: Aktivitäten beim Besuch des Botanischen Obstgartens (Mehrfachantworten, nur Nennungen von mindestens 10 % der Befragten)	. 54
Abb. 12.	6: Motive für den Besuch des Botanischen Obstgartens (Mehrfachantworten, nur Nennung von mindestens 10 % der Befragten)	
Abb. 12.	7: Bewertung des Gesamtkonzepts des Botanischen Obstgartens	. 55
Abb. 12.	8: Der Nachhaltige Stadtpark BOG als Anreiz für bisherige Nichtbesucher	. 56
Abb. 12.	9: Nutzung des BOG nach der Umgestaltung durch die Stadtbewohner und Parkbesucher.	. 57

Abb.	12.10: Erwerb von Obst oder Blumen im Botanischen Obstgarten	. 58
Abb.	12.11: Interesse der bisherigen Nichtbesucher am umgestalteten BOG	. 58
Abb.	12.12: Interesse an möglichen Weiterentwicklungen des Botanischen Obstgartens	. 59
Abb.	13.1: Entfernung des Wohnorts der Befragten	. 61
Abb.	13.2: Besuchshäufigkeit des Hermannshofes	. 61
Abb.	13.3: Beliebteste Jahreszeiten für Besuche des Hermannshofs	. 62
Abb.	13.4: Motive für den Besuch des Hermannshofes, offene Mehrfachantworten	. 62
Abb.	13.5: Motive für den Besuch des Hermannshofes (Ich besuche den Hermannshof, weil ich), Mittelwerte	
Abb.	13.6: Aktivitäten im Hermannshof, offene Mehrfachantworten	. 65
Abb.	13.7: Teilnahme an Führungen im Hermannshof	. 65
Abb.	13.8: Gründe für den Besuch von Führungen, offene Mehrfachantworten	. 66
Abb.	14.1: Üblichkeit des Besuchs von Parks sowie Gartenanlagen wie Florians Garten und Botanischer Obstgarten (kumulierte % von "stimme voll und ganz zu" und "stimme weitgehend zu"	. 67
Abb.	14.2: Beurteilung des Gesamtkonzepts Nachhaltiger Stadtpark durch die Wohnbevölkerung (kumulierte % von sehr gut und gut)	. 68
Abb.	14.3: Typologie der Parkbesucher in der Dortmunder und Heilbronner Stadtbevölkerung nach Altersgruppen und Durchschnittsalter	. 75
Abb.	14.4: Nutzung des Florians Garten nach Altersgruppen	. 76
Abb.	14.5: Interesse der bisherigen Nichtbesucher des BOG an den Weiterbildungsangeboten	. 77
Abb.	14.6: Interesse an geplanten Weiterentwicklungen des BOG nach Geschlecht	. 78
Abb.	14.7: Interesse an geplanten Weiterentwicklungen des Florians Garten nach Geschlecht	. 78
Abb.	14.8: Typologie der Parkbesucher nach ihrem Zugang zu einem privaten Garten	. 79
Abb.	14.9: Interesse an den geplanten Weiterentwicklungen des BOG nach Gartenverfügbarkeit	. 80
Abb.	14.10: Typologie der Parkbesucher nach Haushaltstyp	. 80
Abb.	14.11: Interesse an den geplanten Weiterentwicklungen des Florians Garten nach Haushaltsty	
Ahh	15.1: Finkaufsgewohnheiten heim Finkauf von Obst und Gemüse hzw. Blumen	83