

Tourism ^{NOW}

Albrecht Steinecke

TOURISMUS, PARKS UND GÄRTEN



Albrecht Steinecke

Tourism^{NOW}

Tourismus, Parks und Gärten



Albrecht Steinecke

Tourism ^{NOW}

Tourismus, Parks und Gärten



UVK Verlag · München



Prof. Dr. Dr. h. c. (BSU) Albrecht Steinecke

war Hochschullehrer an der Universität Paderborn. Seine Arbeitserfahrungen umfassen außerdem eine breite Forschungs- und Lehrtätigkeit an deutschen und ausländischen Universitäten sowie nationale und internationale Beratungsprojekte als langjähriger Geschäftsführer des Europäischen Tourismus Instituts GmbH (Trier).

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© UVK Verlag 2018 – ein Unternehmen der Narr Francke Attempto Verlag GmbH & Co. KG

Lektorat: Rainer Berger, München

Einbandgestaltung: Susanne Fuellhaas, Konstanz

Einbandmotiv: © hardyuno, iStock

Druck und Bindung: CPI – Clausen und Bosse, Leck

UVK Verlag

Nymphenburger Str. 48

80335 München

Telefon: 089/452174-66

www.uvk.de

Narr Francke Attempto Verlag GmbH & Co. KG

Dischingerweg 5

72070 Tübingen

Telefon: 07071/9797-0

www.narr.de

ISBN 978-3-86764-859-2

ISBN 978-3-7398-0448-4 (EPUB)

ISBN 978-3-7398-0449-1 (EPDF)

Geleitwort

Gärten als Zukunftsthema für Gesellschaft und Tourismus

Von alters her besitzt der Garten eine über seine reale Substanz hinausgehende symbolische Bedeutung. In allen Weltreligionen verkörpert er eine heile, göttliche Idealwelt. Im christlich geprägten Abendland steht er für das einmal gewesene, heute verlorene und irgendwann wieder herzustellende Paradies; somit steht der Garten am Anfang und am Ende der Schöpfungsgeschichte. Ob Geist oder Gefühl, Seele oder Körper, im Paradiesgarten ist der Mensch rundum gesund.

Dieses Arkadien wird in allen Epochen der Menschheitsgeschichte jeweils mit eigenen zeitgenössischen Mitteln – von den vorderasiatischen Frühkulturen bis zur amerikanischen Postmoderne – in der Gartenkunst nachzuempfinden versucht. Der Park als die vom Menschen kulturell gestaltete Natur ist Kulturlandschaft im engeren Sinne. Er symbolisiert die Einheit von Mensch (als verantwortungsvoll Schaffendem) und Natur (als dem Menschen Geschenkte). Gerade damit zeigt sich die Aktualität des Themas: Der historische Garten bietet als „Refugium“ eine Gegenwelt zur globalisierten und digitalisierten Arbeits- und Freizeitwelt.

Der Trend zum Garten als kultur- und freizeittouristischem Thema in Großbritannien und Frankreich wird in unterschiedlichen Spektren nun auch in Deutschland spürbar. Freizeitgärtnern ist ein Wachstumsmarkt; Gartenmärkte und Gartenmessen belegen dies mit ihren Besucher- und Umsatzzahlen. Die Popularität und Vielfalt von Gartensendungen im Fernsehen, der nicht zu stoppende und immer diversifiziertere Zeitschriftenmarkt der Garten- und Landmagazine oder die Produktion von Gartenbüchern für jedwede Zielgruppe weisen auf einen generellen Trend zu natur- und gesundheitsorientierten Lebensstilen, der sich in vielen Industrienationen feststellen lässt.

Neben Gärtnern und Gartenlektüre werden Gartenreisen in historische und neue Parks „en vogue“. Für die Touristen sind Schauen und Nachmachen, Spaziergehen und Ruhe, Erholung und Entspannung wichtige Gründe für einen solchen Besuch. Quer zum virtuellen Zeitgeist wächst also die Neigung zu Gärten – zum sinnlichen und haptischen Erleben. Aufgrund der relativ jungen Entwicklung sind Gärten und Parks als eigenes touristisches Marktsegment in Deutschland bisher aber kaum untersucht. Was die Deutschen jedoch nicht genau messen können, ist ihnen meist auch nichts wert – auch volks- und tourismuswirtschaftlich betrachtet. Vor diesem Hintergrund ist es umso wichtiger, dass Albrecht Steinecke erstmalig in Deutschland den Versuch unternommen hat, das Thema Gartentourismus von allen Seiten her zu analysieren. Mit dieser Standortbestimmung erweist er sich wie beim Kultur- oder Filmtourismus als immerwährender Wissenschaftsscout.

Als 1999 die Idee der „Gartenträume“, des ersten landesweiten gartentouristischen Netzwerkes in Deutschland, das Licht der Welt in Sachsen-Anhalt erblickte, wurde dies mit einem Lächeln der Tourismuswissenschaftler und -praktiker bedacht. Die damals noch wenigen Pflänzchen des Gartentourismus, wie Sanssouci in Potsdam, Nymphenburg in München, Herrenhausen in Hannover oder das Gartenreich um Dessau und Wörlitz, bewirken mittlerweile deutliche wirtschaftlich-touristische Effekte. Mit dem vorliegenden Werk von Albrecht Steinecke zu Tourismus, Parks und Gärten wird die Tür weit aufgestoßen für ei-

nen freien, unverstellten Blick auf die zukunftsorientierte gesellschaftliche Gartensehnsucht.

Auf der Suche nach dem Paradies bieten Gärten in Tourismus und Naherholung Möglichkeiten des Aufgehobenseins und der Geborgenheit, der Entspannung und der Gesundung, der Kultur und des Genusses, somit der Heimat. Parks sind also Teil des wachsenden und sehr breit gefächerten Reisemarktes des *Slow Tourism*, der auf Sinnhaftigkeit und Sinnlichkeit basiert. Die Konsumgüterindustrie hat schon seit Jahren Strategien zur Ansprache dieser Kundengruppen entwickelt und umgesetzt. Der Tourismus in Deutschland entwickelt erst punktuell entsprechende Angebote. Auch dabei kann Albrecht Steineckes Buch Anregung und Leitfaden sein.

Für den Besucher können im 21. Jahrhundert Gärten und Parks Kultur, Genuss oder Gesundung an Körper und Seele bedeuten. Die Suche nach dem verloren gegangenen Paradies kann seine irdische Erfüllung finden. Ob künstlerische oder natürliche Parks, alle bieten den Wünschen und Sehnsüchten der Besucher ein Stück Heil und Sinn in einer unsicheren Gegenwart und Zukunft.

Prof. Dr. Christian Antz
Fachhochschule Westküste, Heide

Vorwort

„Ein Garten ist immer
ein Wunschbild der Welt
und zugleich eine Rekonstruktion
des ersten aller Gärten: des Paradieses.“

Adrian von Buttlar

Im Schweiß deines Angesichts sollst du dein Brot essen, bis du wieder zu Erde werdest, davon du genommen bist“ – mit dem Sündenfall und der Vertreibung aus dem Garten Eden begann zugleich die unstillbare Sehnsucht der Menschen nach einem Leben ohne die alltäglichen Mühen und nach einem Ort, an dem Harmonie und Frieden herrschen.

Diese Hoffnung hat sich als eine wichtige Triebfeder menschlichen Handelns erwiesen. Traditionell haben die großen Religionen den richtigen Weg zurück in das verlorene Paradies aufgezeigt, doch längst ist auch das ökonomische Potenzial dieser Wunschvorstellung offenkundig geworden. Vielerorts wird den Konsumenten ein irdisches Heilsversprechen gemacht – von „Möbelparadiesen“ über „Autoparadiese“ bis hin zu „Wurstparadiesen“.

Aus Sicht der Nachfrager spielen allerdings die „Urlaubsparadiese“ eine zentrale Rolle: Der Aufenthalt in anderen Regionen und Ländern erscheint als attraktive Möglichkeit, die familiären und beruflichen Verpflichtungen hinter sich zu lassen und die (angeblichen) „Schönsten Wochen des Jahres“ sorgenfrei bei gutem Wetter in einer sonnigen Landschaft zu verbringen. Dieser populäre Wunsch kommt nicht von ungefähr, denn die Tourismusbranche nutzt den Begriff nahezu inflationär, um Werbung für ihre Produkte zu machen.

In den klischeeartigen Vorstellungen der Touristen von einem „Urlaubsparadies“ haben Parks und Gärten jedoch lange Zeit nur eine geringe Rolle gespielt; stattdessen standen andere, weitaus spektakulärere Besucherattraktionen im Vordergrund (Strände, Berge, historische Bauten, Altstadtquartiere etc.). Erst in jüngerer Zeit sind die „rekonstruierten Paradiese“ stärker in den Fokus der Öffentlichkeit, aber auch der Tourismusbranche gerückt. Dafür gibt es zwei Ursachen:

- Zum einen engagieren sich die Verantwortlichen von öffentlichen Parks und Gärten zunehmend im Tourismus, um neue Besucher zu gewinnen und zusätzliche Einnahmen zu erwirtschaften.
- Zum anderen hat in den vergangenen Jahren ein gesellschaftlicher Wertewandel stattgefunden – weg von dem bislang dominierenden Hedonismus der Spaß- und Erlebnisgesellschaft und hin zur neuen Muße der Sinngesellschaft; vor diesem Hintergrund interessieren sich immer mehr Urlauber für ruhige Erholungsformen in naturnahen Räumen (*Slow Tourism*).

Trotz der zunehmenden Bedeutung des Themas liegt im deutschsprachigen Bereich gegenwärtig keine Publikation vor, die einen knappen und zugleich umfassenden Überblick über das Thema vermittelt. Ziel dieses Studienbuchs ist es, den aktuellen Wissensstand zum Gartentourismus verständlich und anschaulich darzustellen – u. a. anhand zahlreicher Praxisbeispiele und Fallstudien.

Bei meinen Arbeiten an diesem Band bin ich auf vielfältige Weise unterstützt worden; dafür möchte ich mich bei allen Beteiligten herzlich bedanken:

- Mehrere Unternehmen und Organisationen haben mir freundlicherweise Fotos zur Verfügung gestellt und Abdruckgenehmigungen erteilt.
- Dr. Heike Platter (Die Gärten Trauttmansdorff, Meran) verdanke ich wichtige Hinweise auf internationale Garteninitiativen und unveröffentlichte Studien.
- Prof. Dr. Christian Antz (Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung des Landes Sachsen-Anhalt, Magdeburg/Fachhochschule Westküste, Heide) hat sich die Zeit genommen, das Manuskript vor der Drucklegung durchzusehen und ein Geleitwort zu verfassen.
- Dr. Heinz Buri (Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg/SPSG) war bereit, in einem Interview über seine langjährigen Erfahrungen im Management und Marketing historischer Parks zu berichten.
- Dipl.-Ökonom Rainer Berger (UVK Verlag, München) hat sich – wie bei anderen gemeinsamen Buchprojekten – als kreativer, engagierter und zuverlässiger Ratgeber erwiesen.

Mein besonderer Dank gilt jedoch – wieder einmal – meiner Frau Renate: Sie ist nicht nur eine große Gartenliebhaberin, sondern war auch eine kompetente Gesprächspartnerin und kritische Leserin; ihr verdanke ich viele Ideen und wertvolle Anregungen.

Überlingen, August 2018
Albrecht Steinecke

Inhalt

Geleitwort.....	5
Vorwort.....	7
1 Tourismus, Parks und Gärten im Überblick.....	15
2 Management von Parks und Gärten: Erfahrungen eines Praktikers ..	21
Experteninterview mit Dr. Heinz Buri „Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin-Brandenburg“ (SPSG)	
3 Parks und Gärten als Besucherattraktionen: Typen und touristische Bedeutung	27
3.1 Mittelalterliche Klostergärten	27
3.2 Park- und Gartenanlagen des Barock	29
3.3 Englische Landschaftsgärten	32
3.4 Volks- und Bürgerparks.....	36
3.5 Kurparks	39
3.6 Botanische Gärten	41
3.7 Bundes- und Landesgartenschauen	44
3.8 Kommerzielle Gartenerlebniswelten	49
4 Gartentourismus: Merkmale - Nachfrager - Wirkungen	55
4.1 Besonderheiten des Gartentourismus	55
4.2 Gartentouristen: Profil – Motive – Verhaltensweisen	58
4.3 Umfang und Effekte des Gartentourismus.....	64
5 Touristisches Management und Marketing von Parks und Gärten.....	71
5.1 Markenbildung.....	72
5.2 Netzwerkbildung	75
5.3 Produktentwicklung	79
5.4 Kommunikationspolitik	90
5.5 Qualitätsmanagement.....	93
5.6 Besuchermanagement	97

10	Inhalt	
5.7	Binnenmarketing	102
6	Perspektiven des Gartentourismus	107
7	Checklisten für Parks und Gärten	111
7.1	Standortbestimmung.....	112
7.2	Zielformulierung	113
7.3	Management- und Marketingmaßnahmen.....	114
	Abbildungs- und Tabellennachweis.....	119
	Literaturverzeichnis	123
	Stichwortverzeichnis.....	135

EINMALIG!



Der Garten des Sonnenkönigs Ludwig XIV.

Oft kopiert – nie erreicht!
Nach dem Vorbild des Schlosses und Parks von Versailles ließen zahlreiche absolutistische Herrscher im 18. Jahrhundert weitläufige Anlagen errichten.

BELIEBT!

Die zehn beliebtesten Parks und Gärten in Deutschland (nach Bewertungen der »TripAdvisor«-Nutzer)

1. Englischer Garten, München
2. Park Planten un Blumen, Hamburg
3. Schlosspark Nymphenburg, München
4. Insel Mainau (Bodensee)
5. Park Sanssouci, Potsdam
6. Wilhelma und Botanischer Garten, Stuttgart
7. Herrenhäuser Gärten, Hannover
8. Luisenpark, Mannheim
9. Palmengarten, Frankfurt a. M.
10. Botanischer Garten, Berlin

GROSSARTIG!

Die größten Stadtparks der Welt in km²

Richmond Park London	9,6
Bois du Bologne Paris	8,5
Lincoln Park Chicago	8,3
Phoenix Park Dublin	7,1
Chapultepec Park Mexico City	6,9
Prater Wien	6,0
Golden Gate Park San Francisco	4,1
Englischer Garten München	3,8
Tempelhofer Feld Berlin	3,6
Central Park New York	3,4

Die Magie von Gärten

»Hier ist's jetzt unendlich schön. Mich hat's gestern Abend, wie wir durch die Seen, Kanäle und Wäldchen schlichen, sehr gerührt, wie die Götter dem Fürsten erlaubt haben, einen Traum um sich herum zu schaffen. Es ist, wenn man so durchzieht, wie ein Märchen.«

Johann Wolfgang von Goethe über das »Gartenreich Dessau-Wörlitz« (1778)

LITERARISCH!



AUSGEZEICHNET!

Die besten historischen Parks in Europa

(mit dem »Europäischen Gartenpreis« ausgezeichnet für Restauration, Pflege, Bildungsarbeit)

- Peterhof, St. Petersburg (Russland) (2017/18)
- Hestercombe Gardens, Taunton (GB) (2016)
- Herrenhäuser Gärten, Hannover (2015)
- The Lost Gardens of Heligan (GB) (2014)
- Park Monserrate, Sintra (Portugal) (2013)
- Park und Garten Egeskov (Dänemark) (2012)
- Villa Ottolenghi (Italien) (2011)
- Trentham Estate (GB) (2010)



UNVERGESSLICH!



Der Garten der großen Gefühle

In den »Gärten von Trauttmansdorff« gibt es einen »Garten für Verliebte«, der zu Zweisamkeit und Erinnerungen einlädt.

TÖDLICH!



Der gefährlichste Garten der Welt

Im englischen »Poison Garden« von Alnwick werden mehr als 100 giftige Pflanzen präsentiert; ein Besuch ist nur mit einem Guide möglich.

