

KURZFASSUNG

Umsetzungs- und Nutzungskonzept zur Inwertsetzung der bayerischen Gärten und Parks



Regionalentwicklung
Westallgäu –
Bayerischer Bodensee e.V.



Im Auftrag von:

Kooperation der 4 LEADER-Regionen
Hesselberg
Kitzingen
Auerbergland-Pfaffenwinkel
Westallgäu-Bayerischer Bodensee

Vertreten durch

Entwicklungsgesellschaft Region Hesselberg mbH
Oliver Sollbach
Schloss Unterschwaningen
Hauptstr. 11
91743 Unterschwaningen

Bearbeitet von:

Arbeitsgemeinschaft FUTOUR | HORTEC
Dr. Heike Glatzel, Christa Ringkamp

Vertreten durch

FUTOUR Tourismusberatung
Kardinal-Döpfner-Str. 8
80333 München
Tel.: 0049-(0)89 – 24 24 18 44
Fax: 0049-(0)89 – 24 24 18 39
Email: heike.glatzel@futour.com
www.futour.com

München, den 10.07.2015

DAS KONZEPT

Ziele

- Erfassen und Bewerten der bayerischen Gärten und Parks
- Aufzeigen der regionalen Wertschöpfung in verschiedenen Sektoren und die Nutzung des Marktpotenzials als Baustein für die regionale Entwicklung
- Beschreiben von Trends und Entwicklungen im Gartensektor
- Erarbeiten und Abstimmen von umsetzungsorientierten Strategien, Projekten und Maßnahmen für Bayern und spezifisch für die vier beteiligten Regionen, gemeinsam mit den verschiedenen Akteuren und Partnern
- Entwicklung eines Bayerischen Gartennetzwerkes und Vernetzung der Gärten, Gartenangebote und Gartenregionen.

Partner

Die Arbeitsgemeinschaft FUTOUR | HORTEC wurde 2013 mit der Erarbeitung des Umsetzungs- und Nutzungskonzepts zur Inwertsetzung der bayerischen Gärten und Parks von den am Projekt beteiligten vier LAGn beauftragt. Die vier Partner-LAGn sind:

- LAG Region Hesselberg e.V. (Koordinierungs-LAG)
- LAG Z.I.E.L. Kitzingen e.V.
- LAG Auerbergland-Pfaffenwinkel e.V. und
- LAG Regionalentwicklung Westallgäu-Bayerischer Bodensee e.V.

EINFÜHRUNG: BEDEUTUNG UND FUNKTION VON GÄRTEN UND PARKS

Bedeutung

- Der **Garten** ist laut Duden ein „umgrenztes Stück Land (am, um ein Haus) zur Anpflanzung von Gemüse, Obst, Blumen o. ä.“.
- Beim **Park** (engl. park, französisch parc) handelt es um ein umfriedetes Stück Land, jedoch im Gegensatz zum Garten um eine „größere (einer natürlichen Landschaft ähnlichen) Anlage mit (alten) Bäumen, Sträuchern, Rasenflächen, Wegen (und Blumenrabatten)“.

Funktionen

Gärten und Parks erfüllen u.a. folgende Funktionen:

- Umweltfunktion
- Ökologische Funktion
- Soziale und gesundheitliche Funktion
- Stadtbildfunktion
- Kulturelle Funktion
- Ökonomische Funktion

LEISTUNGSPHASE 1: BAYERNWEITE ANALYSE

Die Darstellung des bayernweiten Gartenangebotes erfolgt in vier Sektoren:

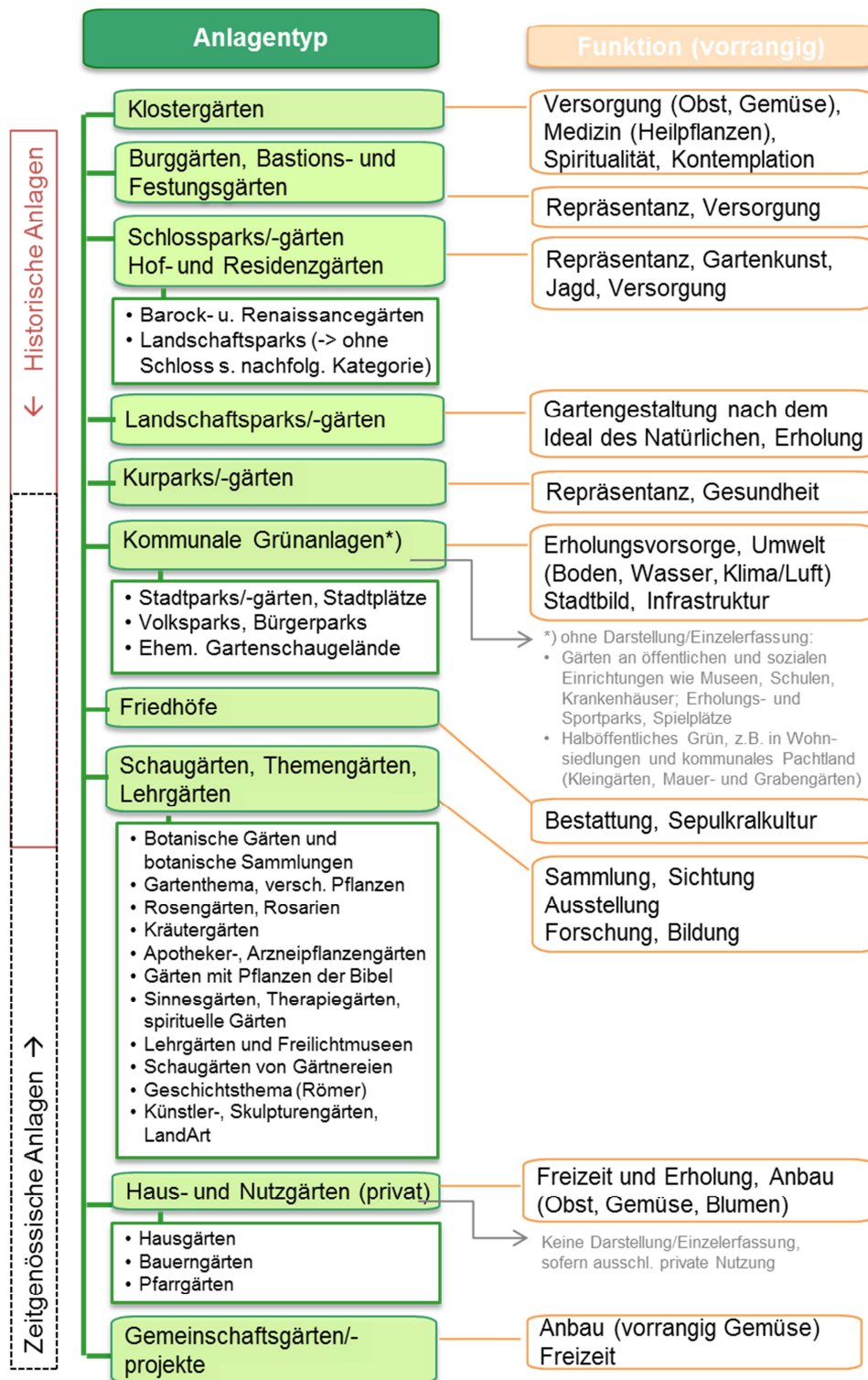
- Primärsektor: Angebot der Gärten und Parks und ihre Bedeutung
- Sekundärsektor: Die gartenspezifische Wirtschaftskraft
- Tertiärsektor: Die Dienstleistungs-, Service- und Beratungsangebote der grünen Branche
- Quartärsektor: Bereich Information und Bildung.

Primärsektor: Gärten und Parks

Das Gartenangebot in Bayern ist umfangreich und vielfältig. Die Einteilung und exemplarische Erfassung des Gartenangebotes erfolgt nach Anlagentypen in zeitgeschichtlicher Reihenfolge. Außerdem fließen Funktion und Nutzung in den Anlagentypus mit ein. Die verschiedenen Gartenkategorien sind nicht immer klar voneinander trennbar und können sich auch überschneiden. Diese Überschneidungen werden gerade bei den Kategorien Schlossparks/-Gärten, Hof- und Residenzgärten und Landschaftsparks/-gärten deutlich.

- In der „Statistik Gartenbau Bayern“ der Landesvereinigung Gartenbau (2009) wurden über 18.000 öffentliche und halböffentliche Gärten für Bayern erfasst.
- Dazu kommen Privatgärten, die im Einzelnen unmöglich zu erfassen sind.
- Der Bericht umfasst einen repräsentativen Querschnitt von etwa 180 Gärten und Parks.
- Diese Erfassung ist nicht vollständig, es wurde auf eine exemplarische Darstellung Wert gelegt, die einen fundierten Überblick über das bayerische Gartenangebot bietet.

Primärsektor: Gärten und Parks



Die verschiedenen Anlagentypen und ihre Bedeutung für Bayern werden anschließend erläutert.

Klostergärten

Übersicht	Bedeutung für Bayern
<ul style="list-style-type: none"> • Klöster waren im Mittelalter die Hauptträger der (Garten)Kultur Europas • Verbreitung von Kenntnissen durch Benediktiner und Zisterzienser • Hortus conclusus: von der Landschaft abgeschlossene, umfriedete und geschützte Räume, in oder in unmittelbarer Nähe der Klosteranlage • Spirituelle Beziehung zum Gärtnern als Grundlagen des christlichen Klosterlebens und Zucht von Heilpflanzen als Arzneien. 	<ul style="list-style-type: none"> • 380 Klöster in Bayern • Viele davon sind ausschließlich dem klösterlichen Betrieb vorbehalten und für die Öffentlichkeit nicht zugänglich. • Es gibt in Bayern ca. 137 Klostergärten. • 10 wurden exemplarisch erfasst.

Burggärten, Bastions- und Festungsgärten

Übersicht	Bedeutung für Bayern
<ul style="list-style-type: none"> • Einige Burgen werden bis heute, v.a. als Museen, instand gehalten, auch die dazugehörenden Burggärten. • Die beiden grundsätzlichen Gartentypen des Mittelalters gelangten aus den Klöstern auch in die Burganlagen: <ul style="list-style-type: none"> – Baumgarten: Gärten der adligen Gesellschaft im Hochmittelalter – Kräutergarten: Kleinere Gärten auf den Burgen, oft außerhalb der Kernburg 	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutende Burggärten in Bayern finden sich in Nürnberg, Würzburg, Cadolzburg, Eichstätt und Pappenheim. • Gartendenkmale der Bayerischen Verwaltung der staatlichen Schlösser, Gärten und Seen. • Zwei gelten als botanische Gärten.

Schlossparks, -gärten

Übersicht	Bedeutung für Bayern
<ul style="list-style-type: none"> • 16. bis 18. Jhd.: Errichtung von Zier- und Baumgärten durch den Adel. • Der Garten als „irdisches Paradies“. • Zu Beginn zur Versorgung mit Gemüse, Obst und Gewürzen dann barocke Gartenanlagen mit axial-symmetrischen Formen. • Danach häufig mit Elementen des englischen Landschaftsgartens bzw. Wandel zum englischen Landschaftsgarten. • Um die Pflege und Betreuung der staatlichen Parks und Gärten kümmert sich die Bayerische Verwaltung der staatlichen Schlösser, Gärten und Seen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zu den als bedeutende Gartendenkmale der Bayerischen Verwaltung der staatlichen Schlösser, Gärten und Seen geführten Anlagen gehören u.a.: <ul style="list-style-type: none"> – Aschaffenburg – Eckersdorf – Ellingen – Memmelsdorf – Anlagen König Ludwig II. in Ettal – Herrenchiemsee. • Im vorliegenden Konzept sind 26 Schlossparks und -gärten erfasst worden, darunter 10 der Bayerischen Schlösserverwaltung.

Hof- und Residenzgärten

Übersicht	Bedeutung für Bayern
<ul style="list-style-type: none"> • Die Residenzgärten des 18. Jahrhunderts waren ein Spiegel der absolutistischen Macht. • Sie stammen meist aus der Barockzeit, sind aber häufig auch überformt. • Es entstanden prachtvolle architektonische und gartenkünstlerische Schöpfungen, mit denen deutsche Fürsten ihren Machtanspruch Ausdruck verliehen. • Zunächst nur für ausgewählte Personen zugänglich, öffneten die Fürsten ihre Gärten auch für die Untertanen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zu den unter Denkmalschutz stehenden Anlagen die Hofgärten der Bayerischen Schlösserverwaltung gehören: <ul style="list-style-type: none"> – Ansbach – Bayreuth – Dachau – München – Schleißheim – Veitshöchheim – Würzburg. • Weitere befinden sich in Bamberg, Landshut, Oettingen sowie Eichstätt und Triesdorf in Form von Barockgärten.

Landschaftsparks, -gärten

Übersicht	Bedeutung für Bayern
<ul style="list-style-type: none"> • Mitte des 18. Jhd.: Ablösung der regelmäßig-geometrischen Gestaltung durch das Ideal des Natürlichen • Der „englische Garten“ wurde sehr beliebt. • „Zurück zur Natur“: Die Gestaltung hatte die Natur zum Vorbild. • Die Natur sollte außerdem eine moralisch-sittliche Wirkung entfalten und zur Annäherung aller Stände führen. 	<ul style="list-style-type: none"> • 9 Landschaftsparks und -gärten wurden erfasst, davon 4 der Bayerischen Verwaltung der staatlichen Schlösser, Gärten und Seen. • Der Englische Garten in München wohl der berühmteste Landschaftsgarten in Bayern. • Außerdem gibt es viele im 18./19. Jh. zu Landschaftsparks umgewandelte ehemals barocke Schlossgärten.

Kurparks/-gärten

Übersicht	Bedeutung für Bayern
<ul style="list-style-type: none"> • Nach der Mode des 19. und 20. Jhd. gestaltet: Schmuck- und Zierbeete, Rasenflächen, Brunnen mit Wasserspielen, Alleen und Parkarchitekturen. • Kurparks trugen seit je her zur Attraktivität von Kurorten bei als Rahmen für Spaziergänge und als Kulisse von Veranstaltungen. • Sie sind barrierefrei angelegt. 	<ul style="list-style-type: none"> • In Bayern gibt es rd. 70 Kurorte, Heilbäder und Erholungsorte Kurpark/-garten. • Zwei sind mit dem Gütesiegel „Park im Kurort“ ausgezeichnet. • Außerdem gibt es sogenannte historische Kuranlagen Bayerischer Staatsbäder. • In vielen Kurparks finden sich Themen- und Schaugärten.

Kommunale Grünanlagen

Übersicht	Bedeutung für Bayern
<ul style="list-style-type: none"> • Hierzu zählen Stadtparks/-gärten, Stadtplätze, Grünzüge und Uferpromenaden, botanische Gärten, Friedhöfe, Grün- und Freiflächen an öffentlichen und privaten Einrichtungen. • Soziale Funktionen: Kommunikation, Spielen, Verweilen, Veranstaltungen. • Bedeutung für Stadtentwicklung, das Stadtbild, und -klima, den Wasserhaushalt und als Lebensraum für Tiere und Pflanzen. • Sie tragen zur Attraktivität einer Stadt als Wohn- und Wirtschaftsstandort bei. 	<ul style="list-style-type: none"> • Unmöglich zu in der Gesamtheit zu erfassen, daher wurden nur große Städte sowie die LAGn betrachtet. • Die städtischen Parks und Grünanlagen findet man auf den Stadtportalen in der Regel unter den Rubriken „Natur/Parks und Gärten“, „Freizeit und Sport“ oder unter „Sehenswürdigkeiten“ und „Ausflugziele“.

Gartenschauen und gärtnerische Wettbewerbe

Übersicht	Bedeutung für Bayern
<ul style="list-style-type: none"> • Sie sind wichtiger Bestandteil nachhaltiger Stadtentwicklung und werden über den Vegetationszeitraum von Anfang April bis Ende Oktober durchgeführt. • Die Anlagen bleiben auch über die Dauer der Schauen hinaus erhalten. • Es geht um das ökologische Aufwerten innerstädtischer Flächen, Nutzung für Freizeit und Erholung, Förderung der gärtnerischen Berufe. • In Bayern gibt es jährlich eine Gartenschau, dabei wechseln sich die Landesgartenschauen und die „kleinen“ Gartenschauen mit dem Motto „Natur in der Stadt“ ab. • Seit 2001 gibt es den bundesweiten Städtewettbewerb „Entente Florale Gemeinsam aufblühen“. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mit der IGA München 1983 (Umgestaltung einer Brache zum Westpark) und der BUGA München 2005 (Umbau alter Flughafen zum Messegelände) fanden bisher zwei Ausstellungen in Bayern statt. • In Bayern wurden Kitzingen und Sommernacht 2014 im europäischen Wettbewerb bei „Entente Florale“ mit Gold ausgezeichnet.

Friedhöfe

Übersicht	Bedeutung für Bayern
<ul style="list-style-type: none"> • Als ‚Gärten der Ewigkeit‘ sind sie Bestandteil des kommunalen Grünflächensystems. • Sie haben unterschiedliche Trägerschaften z.B. Kommunen, Kirchengemeinden. • Funktionen: als Orte der Trauer, des Gedenkens und der Besinnung, grüne Oasen, Lebensraum für Flora und Fauna. • Besonders historische Friedhöfe spiegeln die Regions- und Ortsgeschichte wider. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es gibt etwa 4.500 Friedhöfe in Bayern. • Im Bericht wurden ca. 50 historische Friedhöfen mit kultur- und kunstgeschichtlicher Bedeutung erfasst. • Bedeutsame alte jüdische Friedhöfe finden sich in München, Augsburg, Bayreuth, Bamberg, Nürnberg, Fürth, Regensburg, Würzburg, Oettingen, Rödelsee.

Schaugärten, Themengärten, Lehrgärten

Übersicht	Bedeutung für Bayern
<ul style="list-style-type: none"> • Dienen der Ausstellung, Sammlung und Erforschung von Pflanzen, zur Flora weltweit oder zu speziellen Pflanzen. • Die Gärten sind Lernorte und Erholungsräume. • Die Botanischen Gärten in Deutschland kultivieren ein Fünftel der weltweit bekannten Blütenpflanzen. 	<ul style="list-style-type: none"> • 5 der 74 Gärten im Verband Botanische Gärten in Deutschland liegen in Bayern. • Hier ist die ganze Bandbreite an Schau- und Sichtungsgärten, Themen- und Lehrgärten erfasst worden. • Dazu gehören z.B. Rosengärten und Rosarien, Kräutergärten, Apotheker- und Arzneigärten, Gärten mit Pflanzen der Bibel, „Gärten der Sinne“, Therapie- gärten, spirituelle Gärten, Lehrgärten, Freilichtmuseen, Schaugärten von Gärtnereien, Künstler-, Skulpturengärten.

Gartenvielfalt in Bayern

Die ausgewählten Gärten und Parks verteilen sich über ganz Bayern. In jeder Kategorie finden sich ‚Leuchttürme‘ und überregional bekannte Anlagen. In Bayern zeichnen sich drei Schwerpunkte ab:

1. Schlossparks/-gärten, Hof- und Residenzgärten sowie Landschaftsparks/-gärten
2. Kurparks/-gärten
3. Schaugärten, Themengärten, Lehrgärten

Sekundärsektor: Die Wirtschaftskraft „Garten und Parks“

Im Folgenden wird die Wirtschaftskraft des Gartenbausektors in Deutschland und abschließend vergleichsweise in Bayern dargestellt. Im Fokus stehen der Produktions- und der Dienstleistungsgartenbau.

Branchendaten Gartenbau Deutschland

Die Gartenbausparten, bestehend aus dem Produktions- und Dienstleistungsgartenbau, erzielten 2008 einen Umsatz von 16,9 Mrd. Euro bzw. von rund 12 Mrd. Euro ohne Einzelhandel Blumen und Pflanzen.

Produktionsgartenbau

- Gemüsebetriebe, Blumen- und Zierpflanzenbetriebe, Baumschulen, sonstige Betriebe.
- 2013 sind auf rund 160.000 Hektar Gemüse und Zierpflanzen angebaut worden.
- Insgesamt sind rund 77.700 Menschen im Produktionsgartenbau beschäftigt.
- Der Branchenumsatz lag 2013 bei 4,4 Mrd. Euro.

Dienstleistungsgartenbau:

- Betriebe des Garten-, Landschafts- und Sportplatzbaus, Friedhofsgärtnereien nehmen dabei 2/3 der gartenbaulichen Wertschöpfung ein.
- Der Branchenumsatz lag 2014 bei 6,84 Mrd. Euro.
- Es sind 16.700 Fachbetriebe verzeichnet, in denen 109.000 Personen beschäftigt sind.

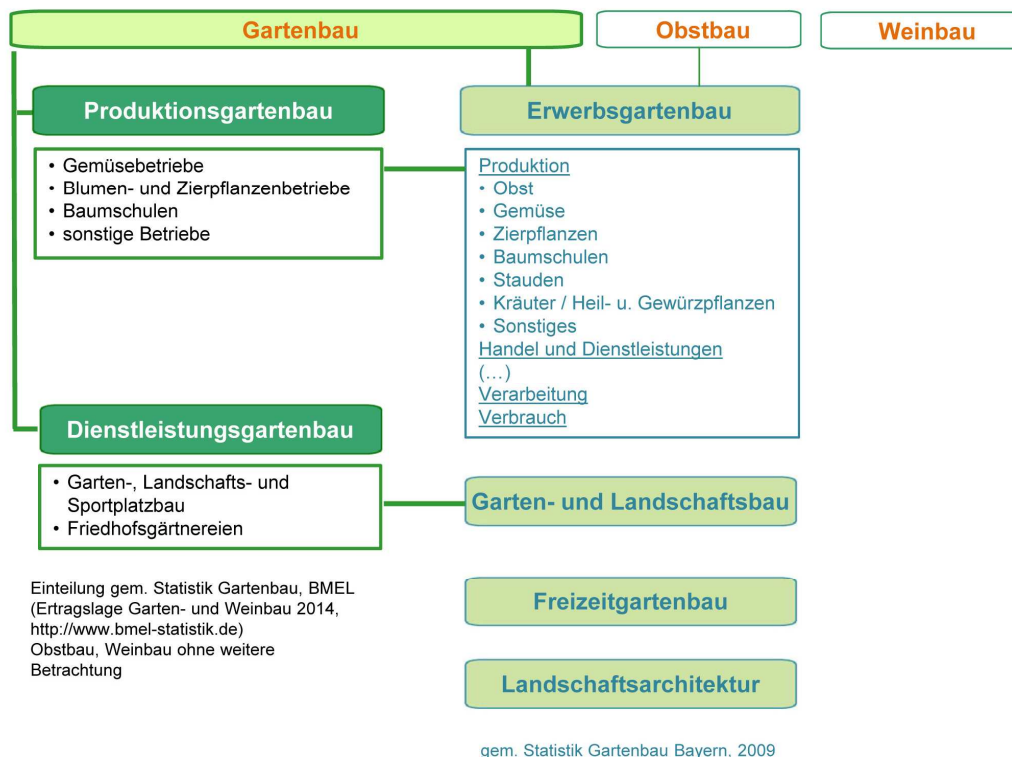
Branchendaten Gartenbau Bayern

Die statistische Untersuchung zum Gartenbau in Bayern von 2009 lässt sich mit der Statistik des BMEL für Deutschland nicht direkt vergleichen, da in der bayerischen Erhebung zum Gartenbau weitere Kategorien mit eingeflossen sind.

Zahlen zum Gartenbau in Bayern:

- 2009 wurde ein Umsatz von rd. 6,6 Mrd. Euro in den gärtnerischen Sparten erwirtschaftet; darin beim Obst- und Gemüsebau mit eingerechnet Umsätze aus der Weiterverarbeitung und Veredelung, beim Garten- und Landschaftsbau Leistungen der öffentlichen Hand.
- Der Umsatz durch den Gartenbau steigt jährlich um ca. 500 Millionen Euro.
- Insgesamt ca. 33.000 Unternehmen (ca. 5 % der bayerischen Unternehmen in 2014)
- 23.144 Hektar bewirtschaftete Fläche
- ca. 84.000 Beschäftigte
- Produktionsschwerpunkte:
 - Gemüsebau in Niederbayern
 - Obstproduktion in Franken und Bodensee
 - Spargelerzeugung in Mittel- und Unterfranken sowie Oberbayern
 - Zierpflanzenanbau bayernweit
- Bayern ist zu 31% selbstversorgend beim Gemüseanbau und zu 6% beim Obstanbau.

Übersicht Gartenbausektor: Einteilung gem. Erhebung BMEL / Bayern:



- Der Freizeitgartenbau umfasst die nicht erwerbsmäßigen gartenbaulichen und landespflegerischen Leistungen und Aktivitäten.
 - Er generierte 2009 ein Umsatzvolumen von mind. 2,5 Mrd. Euro
 - Es sind rd. 770.000 Freizeitgärtner in ca. 4.400 Vereinen organisiert
 - Sie bewirtschaften eine Fläche von ca. 135.000 Hektar

Zusammenfassung Sekundärsektor

- Hoher direkter wirtschaftlicher Effekt des Gartenbaus.
- Die Vielfalt der gartenbaulichen Unternehmen zeigt die Bedeutung von Gärten und Parks.
- In der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung spielt der Produktionsgartenbau mit rd. 12% an landwirtschaftlichen Produktion (und diese rd. 1% an der Gesamt-Bruttowertschöpfung) jedoch eine untergeordnete Rolle.

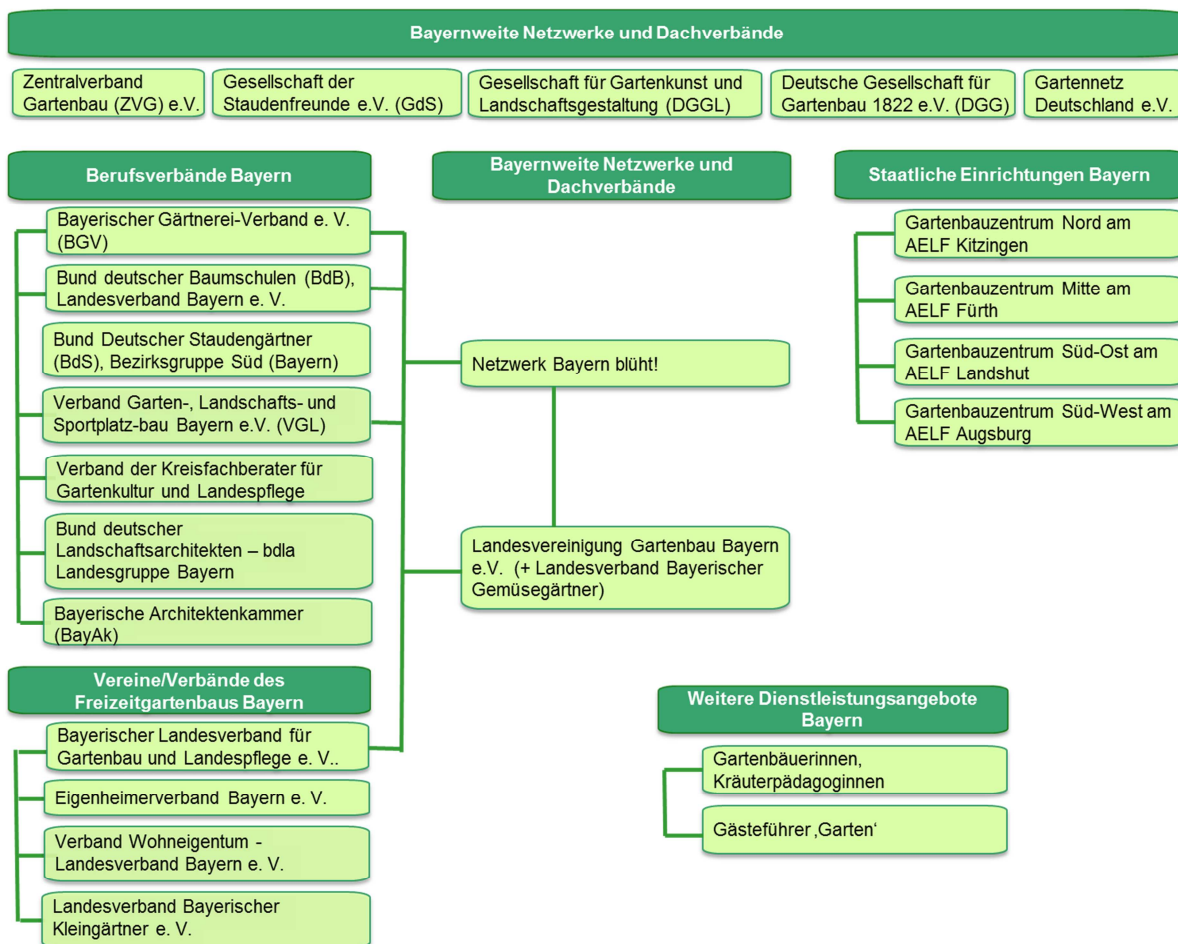
Tertiärsektor: Beratung und Dienstleistung

Im tertiären Sektor gibt es zahlreiche Berufs-, Fach- und Interessensverbände, Fachberatungen, Zusammenschlüsse und Netzwerke. Neben den Gartenbau-Unternehmen trägt auch der Dienstleistungssektor deutlich zur Wirtschaftskraft Garten bei. Es werden die wichtigsten gartenbaulichen und gärtnerischen Verbände, die staatlichen Ämter und Einrichtungen und weitere relevante Dienstleister vorgestellt.

Verbände und Serviceangebote

- Die Verbände vertreten eine große Anzahl von Gruppen und Mitgliedern.
- Eine Vernetzung ist durch die Dachverbände gegeben.
- In Bayern hervorzuheben sind die fachlich hoch qualifizierten Kreisfachberater für Gartenkultur und Landespflege, auf lokaler und regionaler Ebene werden gartenkulturelle Belange in den Landratsämtern durch die Kreisfachberater für Gartenkultur und Landespflege und in vielen Städten durch Gartenämter vertreten.
- Die Gartenbäuerinnen und Kräuterpädagoginnen sind eine weitere Besonderheit für den ländlichen Raum und werten das Angebot um den ländlichen, bäuerlichen Garten auf.

Verbände und Serviceangebote



Gartentourismus

„Gartentourismus kann definiert werden als Tourismus, dessen geographische bzw. thematische Ziele Gärten oder Parks sind, unabhängig von der Entstehungszeit der Garten- bzw. Parkanlage und unabhängig, ob die Anlage im öffentlichen oder privaten Besitz steht“

Nach Antz, C; Hlavac, C.: Vorwärts ins Paradies 2006

Das touristische Gartenangebot in Bayern

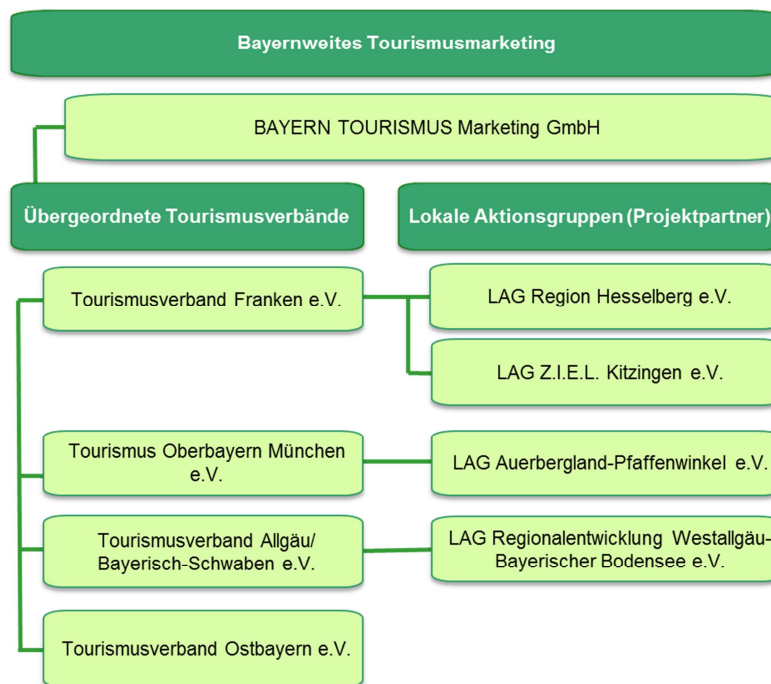
Grundlage für das touristische Gartenangebot in Bayern ist die Gesamtheit der Garten- und Parkanlagen (siehe Primärsektor). Es gibt die verschiedensten thematischen Zusammenschlüsse bzw. Organisationen von Gärten in Kombination mit Information, Dienstleistung und Service.

Tourismusmarketing (Thema Garten) in Bayern

Das Tourismusmarketing in Bayern wird ausschließlich unter dem Fokus des Themas „Garten“ betrachtet. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf den beteiligten LAGn.

- Im Vergleich zum tatsächlichen umfangreichen Potential spielt auf touristischer Ebene das Thema Garten noch eine untergeordnete Rolle.
- Da der Gartentourismus in Deutschland eine wachsende Nachfrage zu verzeichnen hat, sollte im bayernweiten touristischen Marketing (BayTM) das Thema Gärten unbedingt noch stärker positioniert werden.
- Es sind gezielte Lobby-Arbeit und Gespräche bzw. Kooperationen mit den Ministerien gefordert, um das Thema als touristischen Schwerpunkt bekannter zu machen.
- Gefragt sind finanzielle Mittel, damit auch kleinere Gartenangebote in die überregionalen Marketingaktivitäten aufgenommen werden können.
- Die allgemein bekannten touristischen Destinationen (Reisegebiete aus Sicht des Gastes) stimmen nicht immer mit den Tourismusorganisationen bzw. –verbänden sowie den LEADER-Regionen überein.
- Bei allen vier Regionen der Partner LAGn sind Kooperationen mit den regionalen Tourismusmarketingorganisationen vorhanden.

Zugehörigkeit der LAGn zu den übergeordneten Tourismusverbänden in Bayern

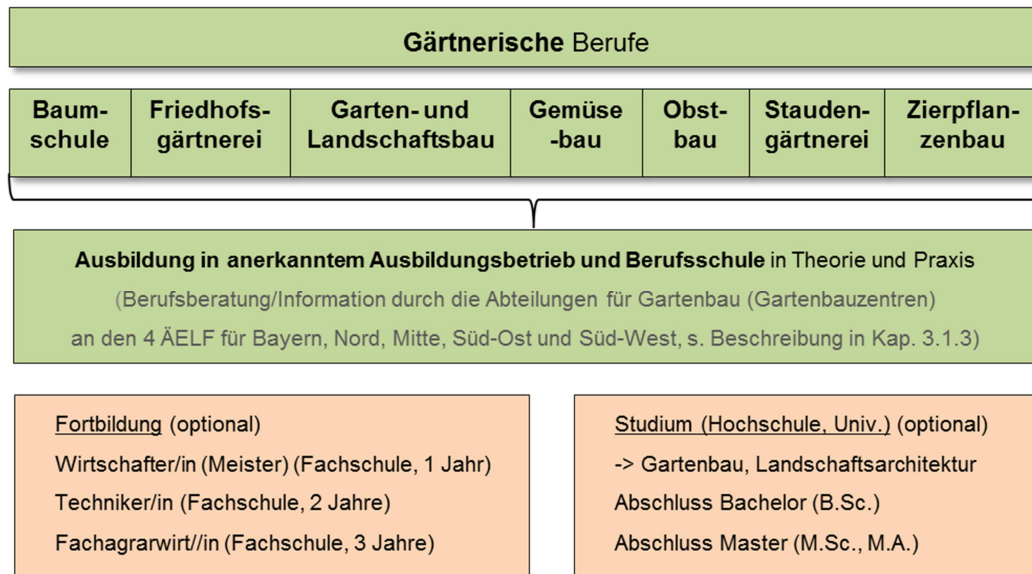


Quartärsektor: Bildung und Information

- Alle Bereiche von Bildung und Information sind in Bayern entsprechend vertreten.
- Das Bildungs-Angebot ist konstant, so dass von einer entsprechenden Nachfrage ausgegangen werden kann.
- Eine Intensivierung der Sektoren wird nicht durch den Bereich Bildung limitiert.
- Der Bildungssektor Gartenbau in Bayern bietet für Jugendliche und junge Erwachsene Berufsausbildungen, Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie ein Hochschulstudium.
- Kursangebote für Freizeitgärtner bietet insbesondere die Bayerische Gartenakademie.
- Hinzu kommen Museen zum Thema Gartenkunst und -kultur, Gärtner, Obst und Gewürze.
- Bayerische Gärten und Parks sind in dem bekanntesten deutschen Gartenführer vertreten.

Bildungsangebote

Für die Bildung in den Fachrichtungen Gartenbau und Landespflanze stehen in Bayern Berufsschulen, die Staatlichen Fachschulen für Agrarwirtschaft und Fachhochschulen und Universitäten sowie weitere landesweite Bildungseinrichtungen zur Verfügung.



Einrichtungen

- Ausbildungsberufe
 - Zu den gärtnerischen Berufen gehören sieben Fachrichtungen
 - 14 Berufsschulen stehen für die gärtnerische Ausbildung zur Verfügung
 - 2009 haben ca. 2.300 Schüler/innen ihre Ausbildung zum/r Gärtner/in absolviert
- Studium
 - Wissenschaftszentrum Weihenstephan (WZW) für Ernährung Landwirtschaft und Umwelt der TU München in Freising und die Hochschule Weihenstephan-Triesdorf (HSWT)
 - Studiengänge Gartenbau, Landschaftsarchitektur und Landschaftsplanung
- Staatliche Bildungs- und Forschungseinrichtungen
 - Bildungszentrum Triesdorf
 - Bayerische Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau (LWG)
- Weitere Angebote und Einrichtungen
 - 200 Volkshochschulen (VHS) und VHS-Akademien im Bayerischen Volkshochschulverband
 - Private Bildungseinrichtungen
 - Weiterbildungsangebote zum Thema Gartentherapie (aktuell noch nicht in Bayern)

Information

Museen

Museen zu Garten und Pflanzen, Gartenkunst und Gartenkultur in Bayern:

- das Museum der Gartenkunst Bayreuth
- das Museum der Gartenkultur Illertissen
- das Gärtner- und Häckermuseum in Bamberg
- das Bodensee-Obst-Museum Frickingen und
- das Gewürzmuseum Kaulfuss in Abtswind.

Ausstellungen zur Anlagengeschichte und gartenkünstlerischen Ausstattung der jeweiligen Parkanlagen gibt es in:

- Schloss Veitshöchheim
- Schloss Schönbusch, Aschaffenburg
- Schloss Weikersheim (in Baden-Württemberg, Mitglied im TV Franken).

Marktanalyse „Gärten und Parks“

Aktuelle Trends und Entwicklungen Thema Garten

- Der Garten als neues Lifestyle-Refugium: „Aus der grün karierten Spießermwelt ist ein neuer lifestyleiger Mikrokosmos geworden“.
- Sowohl für Stadt als auch für Land zeigt sich der Garten als stabiler Trend, der schon durch gezielte Angebote aufgegriffen wird.
- Der Garten ist als weicher Standortfaktor für den Lebens- und Arbeitsbereich relevant.
- In städtischen Gebieten gibt es interessante Entwicklungen und kreative Aktivitäten, die den Bewohnern ermöglichen zu gärtnern bzw. Grünflächen zu gestalten.
- Im Gartentourismus ist nicht nur der Garten an sich, sondern es sind auch Zusatzangebote gefragt, die dementsprechend vermehrt angeboten werden sollten.
- Neue Medien und neue thematische Zugänge werden von den Konsumenten genutzt.
- Die Bereitschaft zu finanziellen Ausgaben für den Garten steigt.
- Der Garten wird zum Statussymbol, d.h. es findet ein Imagewandel statt.
- Die ökologische Gestaltung und Bewirtschaftung ist ein weiterer aktueller Schwerpunkt.

Tourismustrends

Generell gilt

Bedeutung für das gartentouristische Angebot

„Wir werden immer älter“ → seniorengerechte Programme
z.B. ausreichend Toiletten, Bänke, sichere Wege

„...und kein bisschen weise“ → keine veralteten Programme
z.B. Führungen mit Anekdoten und Skurrilem, „Details vor Allgemeines“

Von Otto-Normal-Verbraucher zu Markus-Möglich → Vielfalt als Chance nutzen
z.B. Garten kombiniert mit Kultur oder Kulinarik:
„Morgens Garten, abends Theater und Restaurantbesuch“

- lieber kurz und dafür öfter → Wochenendpauschalen
z.B. mit einkalkulierten An- und Abreisezeiten
- Erleben statt konsumieren → Mitmachangebote, Wissensvermittlung
z.B. auch den Gästen mal die Schere in die Hand drücken,
Anleitungen und Erklärungen
- Urlaub abseits vom Stress → Entspannung, Freizeit
z.B. die Ruhe im Garten erlauben, Angebote mit Zeit zum
Wandeln und Spaziergehen
- im Internet gefunden → jeder muss zu finden sein
z.B. GPS-fähige Parkadressen, Besucherinformationen müssen
klar und leicht zu finden sein
- authentisches Erleben,
regionale Produkte → thematische kreative Angebotsgruppen
z.B. Verknüpfung von Garten mit regionalen Produkten

Bedeutung für die bayerischen Gärten und Parks (bzw. die Regionen)

Es ergeben sich Handlungsempfehlungen, die es den Regionen erleichtern, das touristische Thema Garten an die aktuellen Bedürfnisse und Trends im Tourismus anzupassen:

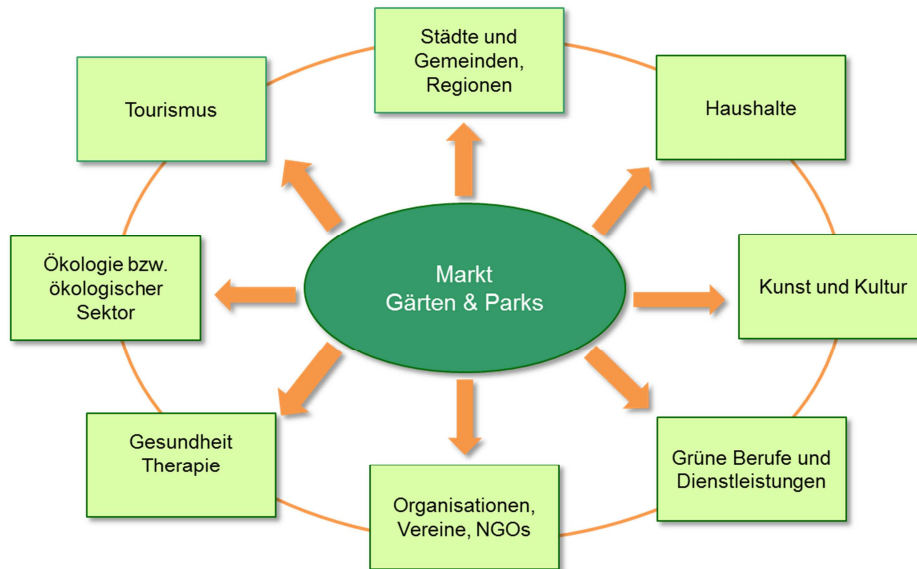
- Gute Erreichbarkeit mit PKW und ÖPNV um besonders die Kurzurlauber sowie die ökologisch affinen Gartentouristen zu bedienen. Das Nahverkehrsangebot sollte seniorenfreundlich sein.
- Die Gartenregion sollte sich als solche im Internet präsentieren und sich mit weiteren touristischen Themen kombiniert, z.B. regionale Produkte, Kulinarik, Kultur vermarkten.
- Die Verknüpfung von Gartenangeboten mit weiteren touristischen, am besten regional-typischen Angeboten und Produkten ist eine zentrale Aufgabe in Bayern.
- Das Thema Garten muss in der Region verankert werden, damit die Region als Gartenregion wahrgenommen wird. Die Aufwertung und Inwertsetzung von kommunalen Grünflächen und die Begrünung städtischer Gebäude gehört dazu.

Analyse Märkte und ihre Bedeutung für Bayern

Ein Markt bezeichnet in der Wirtschaftswissenschaft das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage eines ökonomischen Gutes (einer Ware oder Dienstleistung):

- Das Angebot dieses ökonomischen Gutes sind in diesem Fall die Gärten.
- Die Nachfrage wird definiert als der tatsächliche Bedarf an diesem Angebot.

Wer nutzt die Gärten und Parks, die gartenrelevanten Angebote und wer profitiert von der Existenz von Gärten und Parks?



Touristischer Markt

- Die Nachfrage wird geregelt durch die Touristen:
 - 2013 konnten ca. 31,6 Mio. Gästeankünfte in Bayern verzeichnet werden.
 - 61 % der Gäste kamen in den Monaten von Mai bis Oktober nach Bayern, was auch den bayerischen Gärten zugutekommt.
 - Aufenthalt in der Natur und Besuch kultureller und historischer Sehenswürdigkeiten sind die beliebtesten Aktivitäten, viele Gärten können diese Wünsche erfüllen.
 - Tagesreisende sind ebenso relevant und kommen auch den ländlichen Regionen zugute (41,6 % aller Tagesreisen gehen aufs Land).

Städte und Gemeinden

- Jede politische Region bzw. Verwaltungseinheit gehört zum potenziellen Markt der bayerischen Gärten und Parks:
 - Städte und Gemeinden, u.a. mit ihrer Aufgabe „Verwaltung, Pflege und Unterhaltung der öffentlichen Grünflächen“.
 - Bauhöfe, Stadtgärtnereien, Straßenmeistereien sowie private Firmen sind unentbehrliche Dienstleister.

Haushalte

- Die Haushalte bilden einen großen Absatzmarkt für Gärten und Parks:
 - In Bayern gab es im Jahr 2013 (Landesamt für Statistik) 6.123.000 Haushalte, etwa die Hälfte verfügt über einen Garten.
 - Hinzu kommen die ca. 50.000 Hobbygärtner mit Kleingärten.

Kunst und Kultur

- Gärten und Parks eignen sich hervorragend als Veranstaltungsort z.B. für Konzerte, Theateraufführungen, Lesungen oder als Ausstellungsort für Kunst oder Kunsthandwerk:

- 2013 besuchten rund 33 Mio. Personen eine Veranstaltung in Deutschland.
- Veranstaltungen, insbesondere Musikveranstaltungen, stellen einen lohnenden Wirtschaftsfaktor dar (2013 rund 3,8 Milliarden € Umsatz).
- Die Einnahmen ergeben sich hauptsächlich aus den Ticketpreisen.
- Gärten und Parks bieten Raum für viele Besucher und eine schöne und inspirierende Kulisse.

Grüne Berufe

- Der Gartenbau ist einer der leistungsfähigsten Bereiche innerhalb der Landwirtschaft. Die Beschäftigten in den „Grünen Berufen“ sind eng mit den Gärten und Parks verknüpft:
 - Die Unternehmen und Unternehmensverbände sind die wichtigsten Partner beim Anlegen (Bau) und bei der Pflege eines Gartens.
 - Sie sind Kunden für Gärten und Parks bezogen auf die Produkte aus dem Garten, für Weiterbildungsangebote oder auch als potenzielle Besucher.

Organisationen/Vereine

- Vereine und Organisationen sind wichtige Ansprechpartner für Einzelgärten und Gartenregionen. Sie stellen u.a. ein großes Wissensreservoir dar.
 - In Bayern sind etwa 770.000 Freizeitgärtner in Vereinen organisiert.
 - Zusätzlich zu den themenübergreifenden Garten-Verbänden gibt es noch viele weitere thematische, regionale und lokale Vereine (nicht zu erfassen).

Gesundheit/Therapie

- Die Kombination zwischen Gesundheit/Therapie und Gärten und Parks hat eine lange Tradition. Insbesondere in Kurorten liegt ein besonderer Fokus auf den Parkanlagen, da sie u.a. einen erheblichen Beitrag zur Gesundung des Kurgastes leisten:
 - Die Funktion der Kurparks ist heute wichtiger denn je, da die wirtschaftliche Bedeutung der über 300 deutschen Kurorte und Heilbäder zunimmt.
 - 22,3 Mio. Übernachtungen wurden 2013 in bayerischen Kurorten und Heilbädern gezählt (Anteil an den Gesamtübernachtungen Bayerns: 26%).
 - Ein weiterer Aspekt, der Gärten mit Gesundheit/Therapie vereint, ist die sogenannte „Gartentherapie“, die den zielgerichteten Einsatz der Natur zur Steigerung des psychischen und physischen Wohlbefindens nutzt.

Ökologie

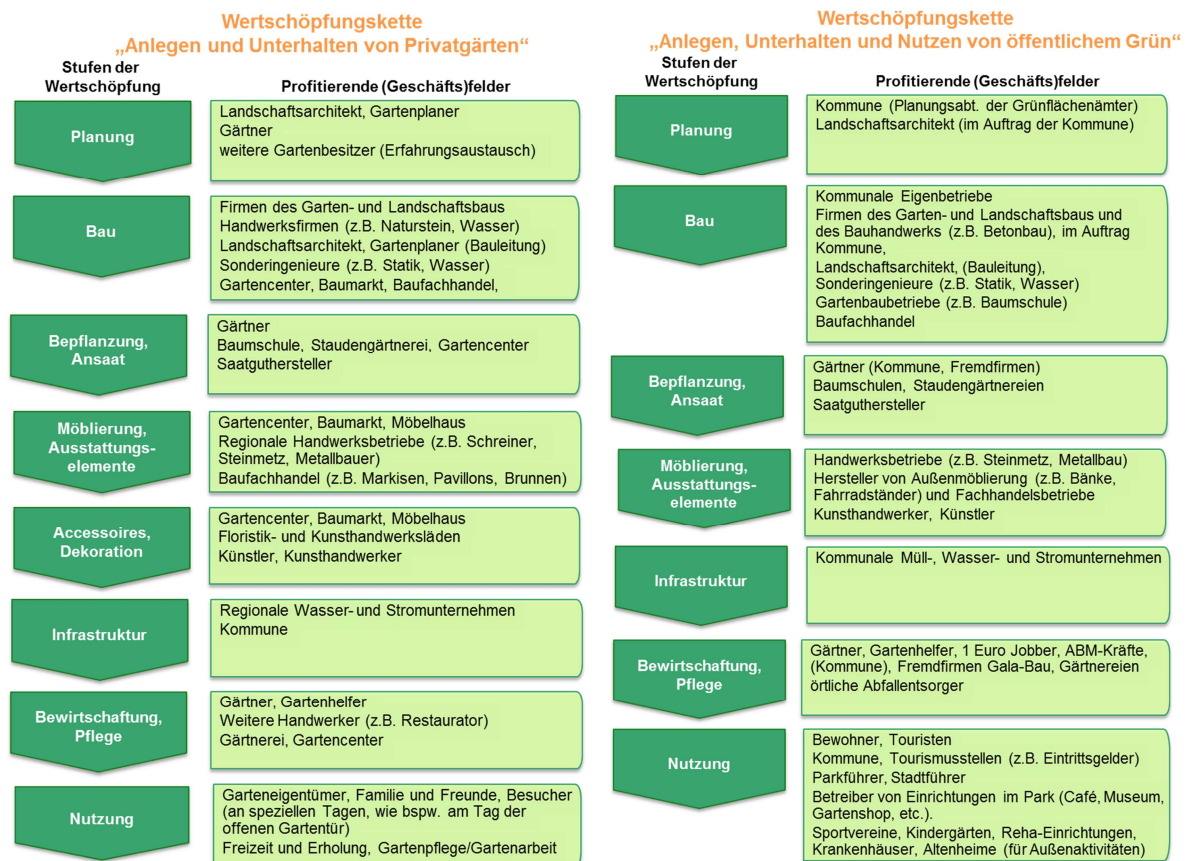
- Naturnah gestaltete Gärten unterstützen den lokalen Boden-, Wasser- und Klimahaushalt und tragen zur Erhaltung von Lebensräumen für die heimische Flora und Fauna und darüber zur Förderung der Biodiversität bei:
 - Betrifft die bei der naturnahen Gestaltung und Pflege involvierten Betriebe.
 - Es gibt es eine Vielzahl an Verbänden, Vereinen und Organisationen, die sich für den Natur- und Artenschutz und den Erhalt der Biodiversität einsetzen.
 - Auch die Imker gehören zum Markt Ökologie. In Deutschland halten etwa 100.000 Imker ca. 700.000 Bienenvölker, die Zahl geht jedoch stark zurück.

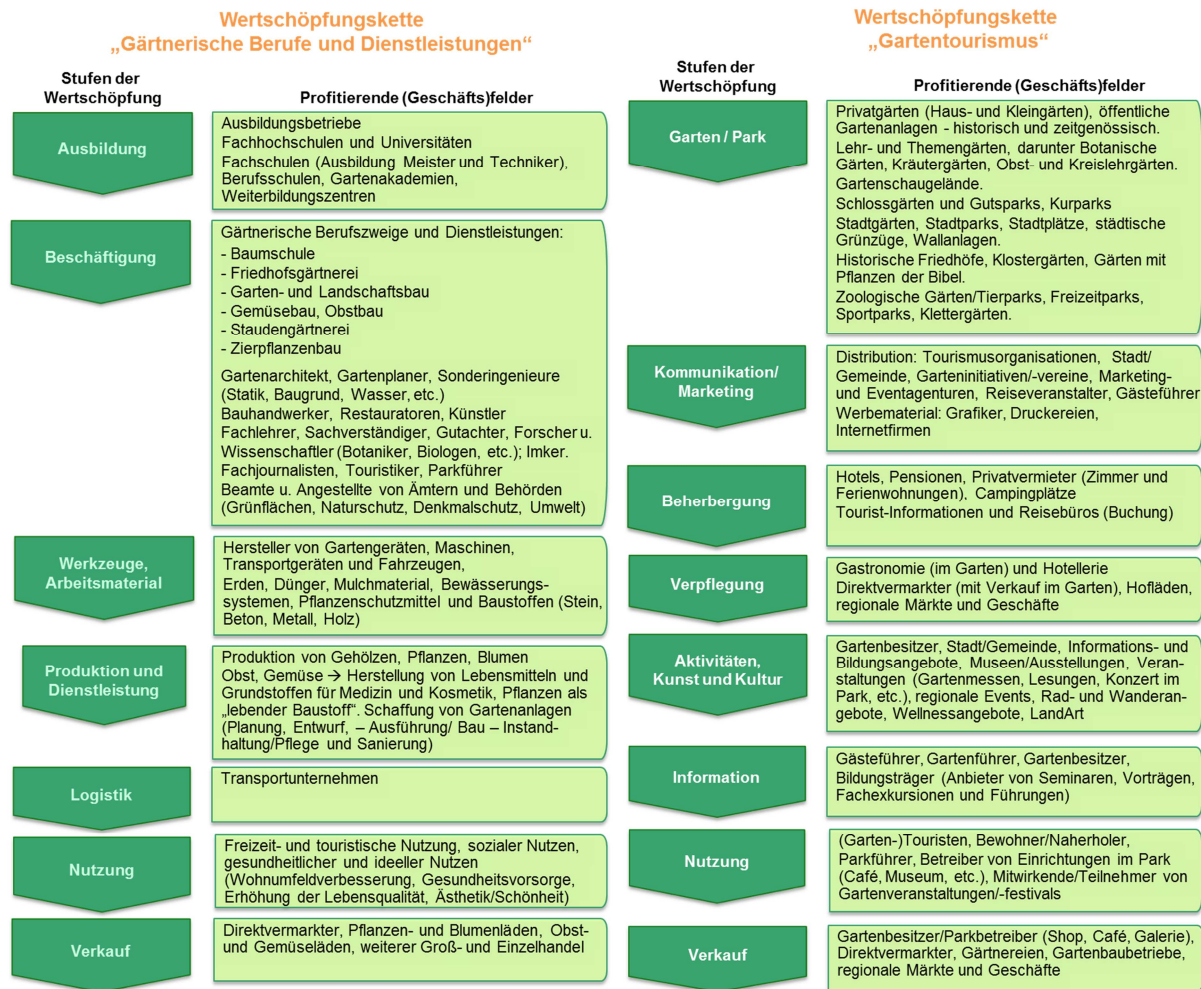
Wertschöpfungsketten

Laut Duden meint Wertschöpfung die „in den einzelnen Wirtschaftszweigen, den einzelnen Unternehmen erbrachte wirtschaftliche Leistung, Summe der in diesen Wirtschaftsbereichen entstandenen Einkommen“. Die Wertschöpfungskette stellt die Ansammlung von Tätigkeiten, durch die ein Produkt/eine Dienstleistung entworfen, hergestellt, vertrieben, ausgeliefert und unterstützt wird, dar. Die Stufen der Wertschöpfungsketten sind den profitierenden Geschäftsfeldern bzw. Feldern im Bereich Gartenkultur gegenübergestellt.

Beispielhafte Wertschöpfungsketten

- Die im Bericht aufgeführten Wertschöpfungsketten wurden unterteilt in übergeordnete und spezielle Wertschöpfungsketten.
- Alle dargestellten Wertschöpfungsketten ergeben sich aus der spezifischen Analyse für Bayern, es handelt sich um eine Auswahl.
- Die übergeordneten Wertschöpfungsketten bestimmen die wesentlichen Faktoren und Arbeitsfelder im Markt „Gärten & Parks“, die speziellen konzentrieren sich auf die Schwerpunkte in den LAGn.
- Übergeordnete Wertschöpfungsketten:



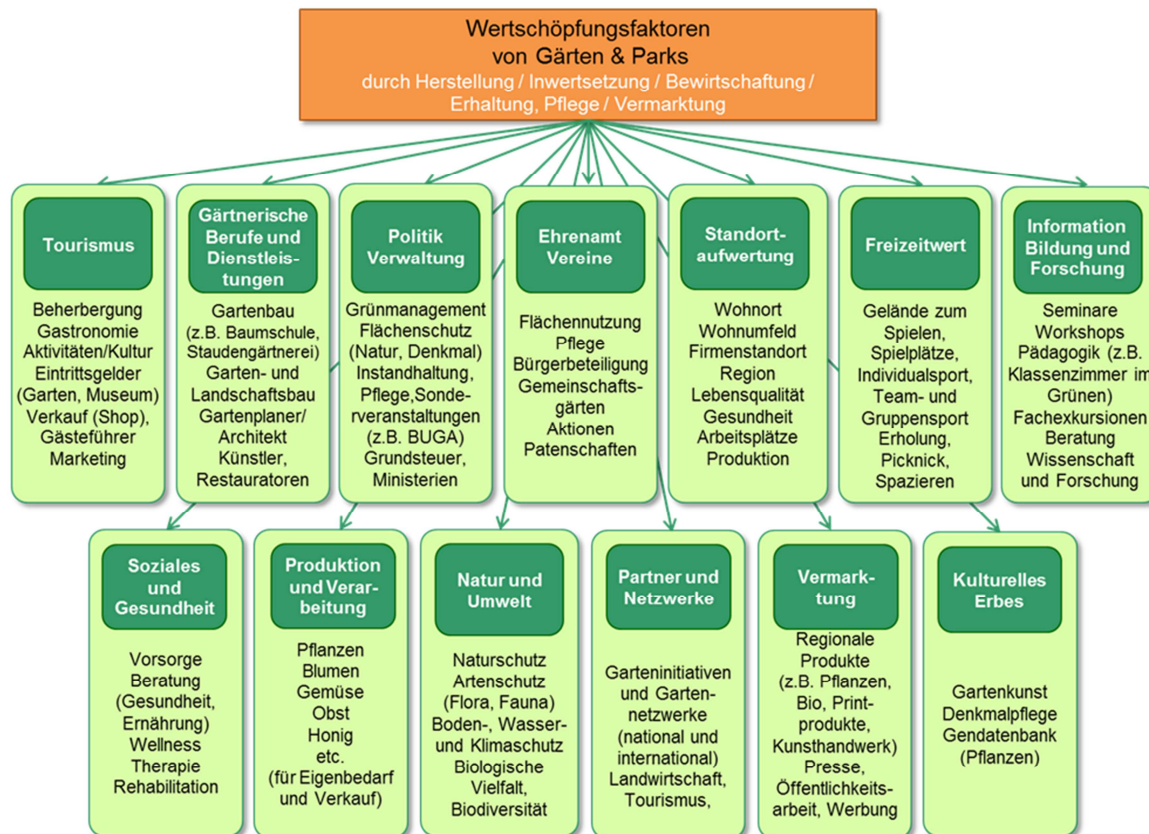


• Spezielle Wertschöpfungsketten (siehe Bericht)

- WK „Bewirtschaftung und Pflege denkmalgeschützter Parks und Gärten“
- WK „Ökologische Bewirtschaftung und Pflege von Gärten“
- WK „Soziale und gesundheitliche Nutzung von Gärten“
- WK „Bürgerschaftliches Engagement in und für Gärten“
- WK „Regionale Produkte aus dem Garten“
- WK „Touristische Nutzung von Privatgärten“

Wertschöpfungsfaktoren und -perspektiven

Neben einer unmittelbaren Wertschöpfung aus der Herstellung, Inwertsetzung, Unterhaltung, Bewirtschaftung, Pflege, Vermarktung und speziellen Nutzung der Gärten und Parks ergeben sich mittelbare Wertschöpfungen bspw. für Wissenschaft und Forschung sowie in den Bereichen Gesundheit, Gemeinnutz/Soziales und Ökologie.



Wertschöpfungsperspektiven

Aus der Analyse ergeben sich für Bayern in bestimmten Bereichen spezielle Wertschöpfungsperspektiven, d.h. Anforderungen und Empfehlungen für das zukünftige Handeln:

- Erhalt und Sicherung des kulturellen Erbes durch Unterstützung der historischen Gartenanlagen und Vernetzung der Gartenanlagen mit kultur-historischen Besonderheiten,
- fachliche Unterstützung und Vernetzung zum Thema Natur und Umwelt insbesondere zur ökologische Bewirtschaftung von öffentlichem und privatem Grün,
- Entwicklung von spezifischen an die demographischen Veränderungen angepassten Angeboten im Bereich Soziales und Gesundheit,
- Kooperation und Unterstützung von Ehrenamt und Vereinen sowie mit der öffentlichen Hand insbesondere zu Vernetzung, Informationsaustausch, Vermarktung und Verwaltung.
- Förderung von Regionalen Produkten, einschließlich Entwicklung von Richtlinien, Markenentwicklung und Positionierung,
- Weiterentwicklung des Gartentourismus mit privaten Partnern u.a. durch Qualifizierungsmöglichkeiten, Qualitätsrichtlinien, Unterstützung bei der Gestaltung, Koordination sowie Vernetzung und Vermarktung.

LEISTUNGSPHASE 2: REGIONEN – BESTANDSANALYSE, ZIELKONZEPTION

(siehe Teilberichte)

- In einer Bestandserhebung wurde gemeinsam mit den lokalen Akteuren der jeweiligen Region das Gartenpotenzial der Regionen erfasst, analysiert und bewertet
 - Es wurden Steckbriefe verschickt, sekundäre Quellen herangezogen sowie weitere Informationen anhand von Mail- und Telefonabfragen der zuständigen Behörden und Verbände sowie durch Gespräche mit den Akteuren erfasst.
 - Die Ergebnisse wurden in einem Stärken-Schwächen-Profil zusammengefasst.
 - Auf dieser Grundlage wurden die Alleinstellungsmerkmale bzw. Besonderheiten definiert und die Positionierung der Regionen als Gartenregionen festgelegt.
- Im Rahmen der Zielkonzeption wurden
 - Zielgruppen für das Gartenangebot bestimmt und beschrieben,
 - Schwerpunktthemen und Entwicklungsziele herausgearbeitet und
 - neben Ergebnissen der Analyse wurden die Inhalte eines Workshops herangezogen.

LEISTUNGSPHASE 3: REGIONEN - PROJEKTE UND MAßNAHMEN

(siehe Teilberichte)

- Leistungsphase 3 umfasste die konzeptionelle Arbeit in den Regionen. Hier war die Einbeziehung und gemeinsame Entwicklung von spezifisch auf die Region zugeschnittenen Projekten und Maßnahmen besonders wichtig.
 - Dazu fanden in den Regionen jeweils zwei Arbeitsgruppensitzungen statt.
 - Die gesammelten Projekte und Maßnahmen betrafen z.B. Themen wie Netzwerk, Kooperationen, Alleinstellung/Positionierung, Angebotsbündelung, Angebotsentwicklung, Marketing und wurden in Projektskizzen beschrieben.

LEISTUNGSPHASE 4: STRATEGIE FÜR BAYERN

Zusammenfassung Stärken-Schwächen-Profile und Positionierungen

Stärken-Schwächen-Profile

(Ausführlich siehe Teilberichte, gekürzte Fassung im Konzept)

- Folgende Kategorien wurden betrachtet: Gartenthemen und -angebote, touristische Nutzung, Qualität, Alleinstellung, Region, Akteure, Organisation, Marketing, Information.

Alleinstellungsmerkmale/Positionierungen

- Durch Positionierungen können die Regionen ihr spezifisches Gartenthema nach außen und innen darstellen und vermarkten.
- Es ist wichtig, dass sich die Akteure mit der Positionierung identifizieren.

Region	Positionierung	Besonderheiten
Hesselberg	<i>ökologisch – kommunal – bürgerschaftlich & ehrenamtlich engagiert</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Obst • Themengärten • Schlosspark Dennenlohe • Historische Friedhöfe • Bildung
Kitzingen	<i>Gartenbau und Gartenkunst</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Herrschaftliche Parks und Gärten • Vielfältiger Gartenbau: Obst, Gemüse, Zierpflanzen • Mauer- und Grabengärten • Moderne Gärten • Gärten der Ewigkeit
Auerbergland-Pfaffenwinkel	<i>„Pfaffenwinkel – Gartenwinkel“ sozial – naturnah – regionale Vielfalt</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Vielfältiges Garten-Mosaik • Kunst, Kultur, Seminare, Veranstaltungen • Verkauf von Erzeugnissen, gastronomische Angebote, Partyservice • Soziale Aspekte
Westallgäu-Bayerischer Bodensee	<i>Von mediterran bis alpin Gärten des mediterranen, milden Bodenseeklimas, Gärten der Alpen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Stadtparks und Villengärten am Bodensee • Bauern- und Kräutergärten im Allgäu • Genuss-Wandern

Gemeinsame Betrachtung

Gemeinsame Stärken und relevante Themen

- Übergreifende Themen der ländlichen Entwicklung
- Regionale Produkte
- Historische Anlagen und Gartengeschichte
- Ökologie und ökologische Bewirtschaftung
- Veranstaltungen und Feste
- Integration der Gärten im touristischen Printmaterial und Internetauftritt

Gemeinsame Schwächen und verbesserungswürdige Themen

- Die regionale Vernetzung ist durchgehend verbesserungsfähig. Ein Netzwerk der Regionen untereinander oder mit weiteren Gartenregionen/-Akteuren besteht noch nicht.
- Personelle Kapazitäten für die Umsetzung von Projekten sind häufig nicht ausreichend.
- In keiner der Regionen gibt es bisher Qualitätsprüfungen und/oder -Kriterien.
- Verknüpfung mit regionalen Rad- (und Wander-)Routen ist sehr wenig vorhanden.

Empfehlungen zum weiteren Vorgehen

Zielgruppendefinition für die bayerischen Gärten und Parks

Gartentouristen

- Besonders mittlere Altersgruppen (30-60 Jahre) sind an Gärten und Parks interessiert.
- Es handelt sich häufig um Tagesausflügler vom Wohn- oder Urlaubsort.
- Die wichtigsten Motive sind das besondere Flair der Gärten, Interesse an der Gartenkunst, Spaziergehen, Natur erleben sowie Erholung und Entspannung.
- Es lassen sich vier grundsätzliche Typen unter den Gartenbesuchern identifizieren, wobei eine klare Trennung zwischen den Zielgruppen nicht immer möglich ist:

<p>„Der Garten - Tagesausflügler“</p> <p>Diese regionalen Stammgäste wohnen im Umkreis von ca. 50 km um die Gartenanlage und besuchen „Ihren“ Garten regelmäßig. Ihre Motive sind vor allem rekreativer Natur und weitgehend gartenunspezifisch wie Erholung, Entspannung oder Spaziergehen, nehmen aber auch sehr gern kulturelle Zusatzleistungen in Anspruch.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Viele Einwohner der Region, die „ihren“ Garten besuchen - z.B. Gartenreich Dessau-Wörlitz: 50% der Besucher leben in einer Entfernung von unter 50 km - in der Regel besuchen sie den Garten öfter - Hauptmotive: Erholung, Entspannung, Spaziergehen 		
<p>„Die Erlebnisorientierten“</p> <p>Diesem Segment gehören vor allem jüngere Besucher an. Ihre Hauptmotive sind neben „Spaziergehen“, das besondere Flair der Gärten und das Vergnügen mit Partnern, Freunden und Kindern, während ihr Interesse an der kulturellen Dimension der Gärten eher gering ist. Wichtiges Kriterium für die Entscheidung den Garten zu besuchen ist für sie die Existenz weiterer, attraktiver Freizeitangebote in Gartennähe. Die Ansprüche an die Gartenqualität sind z.T. eher gering.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - oft jüngere Besucher - Hauptmotive: neben „Spazieren gehen“ auch Vergnügen und Flair - mit Freunden, Partner, Kindern - Interesse an erlebnisorientierten Zusatzleistungen z.B. Gondel- und Ballonfahrten, Picknicks, Rallyes 		
<p>„Der Kulturinteressierte mit Garten-Stippvisite“</p> <p>Diese Besuchergruppe bereist den Garten als ein (kultur-)touristisches Ziel unter anderen Zielen. Ihr Garteninteresse ist vor allem kulturhistorisch bedingt, der Garten als Kulturdenkmal steht im Vordergrund. Sie haben großes Interesse an Kunst und Geschichte, sind weniger erlebnisorientiert und machen „Stippvisiten“ im Garten, der Programmpunkt unter vielen ist. Sie sind einkommensstark, interessieren sich für Zusatzleistungen in Form kultureller Veranstaltungen und sind sehr qualitätsbewusst.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alter zwischen 30 - 60 Jahren - höhere Ausbildung - höheres Einkommen - gut informiert - vorwiegend mit Partnern und Freunden (weniger mit Kindern) 		
<p>„Der Gartenreisende“ interessiert sich speziell für den Garten, die Pflanzen und die Gestaltung. Er ist zumeist Freizeitgärtner und Gartenbesitzer und informiert sich in Gartenzeitschriften und auf Gartenwebsites. Sie zeichnen sich durch ein großes Interesse an historischen Gärten aus. Ihr Besuchsmotiv ist „Natur und Erholung“, das Interesse an kulturellen Zusatzleistungen ist gering und sie legen großen Wert auf qualitativ hochwertige Gärten.</p>	<p>„Der begeisterte Pflanzenfreund“ verfügt über ausgeprägte botanische Kenntnisse und ist stets auf der Suche nach dem „Besonderen“. Er hat hohe Ansprüche an die Gartengestaltung und interessiert sich besonders für ihm unbekannt oder exotische Pflanzen. Er verfügt in der Regel über einen eigenen Garten und erhofft sich Inspiration und neue Ideen, sowie neue Pflanzen für den eigenen Garten.</p>	<p>„Der Freizeitgärtner“ stellt den größeren Teil der Gartenreisenden im engeren Sinne dar. Er verfügt über geringere Fachkenntnisse, weiß aber ansprechend gestaltete Gärten zu schätzen. Auch er sucht Inspiration und Ideen für den eigenen Garten, zumeist jedoch eher gestalterischer Art.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alter 35+, 70% Frauen - häufig in Begleitung einer Freundin - Gartenreise ist zusätzlicher Urlaub - intensive Freizeitgärtner - Einstellung zum Garten: gestalterisches Interesse, anspruchsvolle Gärten, neue Pflanzen

*„Acht Prozent der Deutschen sind Hardcore-Gartenfans,
die durch die Nation fahren um sich Gärten anzusehen.“(Arno Brandt, 2006)*

Bedeutung für die bayerischen Gärten und Parks

- Die *typischen Gartentouristen* sowie die *Kulturinteressierten mit Gartenstippvisite* und die *Gartenreisenden* sind besonders für die Leuchtturmangebote Bayerns relevant.
- Die Gärten müssen gut mit weiteren touristischen Angeboten sowie touristischer Infrastruktur vernetzt sein, damit der *Kulturinteressierte mit Gartenstippvisite* den Garten als Teil des Kulturangebots wahrnehmen oder der *erlebnisorientierte Gartentourist* den Garten als Teil des Freizeitangebots nutzen kann.
- Der Stellenwert des Tagestourismus ist in Bayern wichtig, d.h. der *Garten-Tagesausflügler*, (die Bayern selber) muss entsprechend beachtet und angesprochen werden.
- Da es sich bei *Buchern von Gartenreisen* um Pauschaltouristen handelt, kann ein Garten /eine Gartenregion nur über den jeweiligen Anbieter zum Ziel dieser Touristen werden. Die Garten- Reiseveranstalter sind der Schlüssel zur Erschließung der Zielgruppe.
- Gäste, insbesondere *Kulturtouristen* schätzen an Bayern, dass Geschichte und Brauchtum nicht nur bestaunt, sondern auch gelebt wird. Auch die Gärten müssen diese Anforderungen erfüllen. Veranstaltungen sprechen diese Zielgruppe ebenso an.
- In Bayern gibt es einige qualifizierte Partner (siehe Tertiärsektor), die als Ansprechpartner für die Entwicklung qualifizierter *Fachstudienreisen* in Frage kommen. Auch deutschlandweit können Partner gesucht werden.

Qualitätsstrategie

- Es wurden Qualitätskriterien zu einer ersten Qualitätsbeurteilung der Gärten in Hinblick auf Tourismus und Naherholung erstellt und in einer Checkliste zusammengefasst.
- Diese Kriterien sind eher als Qualitätsanforderungen zu verstehen und müssen in den Regionen spezifisch an die Strategie und Ausrichtung angepasst und ergänzt werden.
- Bei der Durchführung einer regionalen Qualitätsstrategie ist die Begehung mit fachkundigen Personen nötig.
- Die Qualitätsanforderungen beleuchten verschiedene Bereiche:
 - Bedeutung der Anlage
 - Gartenpflege
 - Attraktivität / Attraktivitätsmerkmale
 - Service (Zugänglichkeit, Infrastruktur der Gartenanlage, Veranstaltungen, Personal, Öffnungszeiten)
 - Weitere Angebote

Strategische Ansatzpunkte für das „Bayerische Gartennetzwerk“

Vorschlag Zielkonzeption „Bayerisches Gartennetzwerk“

Übergeordnetes Entwicklungsziel:

*Das Bayerische Gartennetzwerk verfolgt das Ziel, die **Gartenkultur in Bayern** zu sichern und weiterzuentwickeln.*

Handlungsziele:

- Marketing und spezifische Projektentwicklung / Projektmanagement
 - die bayerischen Gärten und Parks unterstützen und weiter aufbauen
 - die Weiterentwicklung der Angebote fördern
 - den Bekanntheitsgrad erhöhen
- Netzwerkaufbau
 - Vertreter, Akteure und Partner in Bayern und darüber hinaus vernetzen, die Kommunikation und den Informationsaustausch fördern
- Interessensvertretung und Fachbeiräte
 - die Bedeutung als Wirtschaftsfaktor, Imagefaktor und weicher Standortfaktor gegenüber Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit darstellen
 - den Erfahrungs- und Informationsaustausch mit den Fachstellen fördern

Regionalkonferenzen

- Vernetzung in Form von Konzeption und Durchführung von Regionalkonferenzen mit einem Fokus auf den Gartentourismus von einer Stelle aus organisiert und koordiniert.
- Mögliche Partner: LWG als federführende Institution, politische Entscheidungsträger, Vertreter der Tourismusverbände, Kreisfachberater, Parks & Gärten, Vereine, Verbände mit thematischem Bezug, Gartenbesitzer und –akteure.
- Die Ergebnisse der Konferenzen laufen dann in ein bayerweites Symposium.


Übergeordnete Projektansätze

Titel
Naturnahe Firmengärten
Projektbeschreibung
<ul style="list-style-type: none"> • In Gewerbegebieten können Flächen der Firmen naturnah entwickelt werden. • Sie tragen zur „Grünen“ Gesamtansicht einer jeden Kommune mit Gewerbegebieten bei. • Firmen-Gärten können sein: <ul style="list-style-type: none"> – Begrünte Innen- und Pausenhöfe – Gestaltete Eingangsbereiche – Grüne Gebäudefassaden und Dachgärten – Begrünte Parkplätze – Regenwasserauffang- und –versickerungsanlagen.

Schwerpunkte/Ziele
<ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung des lokalen Boden-, Wasser- und Klimahaushaltes • Erhöhung der Biodiversität und von Lebensräumen für die örtliche Flora und Fauna • Verbesserung des Arbeitsumfeldes • Erhöhtes Umweltbewusstsein der Mitarbeiter • Kostensenkungen bei der Unterhaltung des Betriebsgeländes • Die örtlichen und regionalen Gartenfirmen profitieren durch Aufträge bei der Realisierung.

Titel
Natur im Garten/ökologisches kommunales Grün
Projektbeschreibung
<ul style="list-style-type: none"> • Die Aktion „Natur im Garten“ zeichnet neben zahlreichen Einzelgärten aktuell auch 20 Gemeinden in 5 Regionen Niederösterreichs aus, die ihre Grünräume nach den Kriterien der Aktion pflegen. • Kernkriterien: <ul style="list-style-type: none"> – Verzicht von Pestiziden, chemisch-synthetischem Dünger und Torf – Ein Gemeinderatsbeschluss muss erwirkt werden. – Auch Fremdfirmen müssen sämtliche „Natur im Garten“-Kriterien einhalten. • Auch in Bayern könnten Einzelgärten und Gemeinden sich der Aktion „Natur im Garten“ anschließen. Ein Beispiel dafür ist „Natur im Garten - Mecklenburg-Vorpommern“.
Schwerpunkte/Ziele
<p>Unter anderen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gemeinde präsentiert sich als umweltbewusste „Natur im Garten-Gemeinde“ • Ökologische Gestaltung und Biodiversität im Siedlungsraum anregen und unterstützen • Förderung der Pflanzen- und Tiervielfalt • Aufmerksamkeit schaffen für den Wert von Grünflächen, Parks und Gärten • Partizipation und Bürgerbeteiligung • Ausbildung/Qualifizierung des Pflegepersonals • GästeführerInnen nehmen die Aktion in ihre Führungen und Erläuterungen mit auf • Innovations- und Vorbildcharakter für Nachbargemeinden, zur Nachahmung anregen

Titel
Gartendatenbank
Projektbeschreibung
<ul style="list-style-type: none"> • Einrichtung und Nutzung einer webbasierten Datenbank für die Gärten und Parks • Für die Veröffentlichung ist ein Grafikdesign notwendig, das eine Ausgabe der Daten sowie einer Verortung auf einer Karte auf allen aktuellen Ausgabegeräten ermöglicht. • Finden eines Betreibers, der sich um Domain und Hosting kümmert, die Programmierumgebung einrichtet und die Informationsvermittlung übernimmt.
Schwerpunkte/Ziele
<ul style="list-style-type: none"> • Aspekte der Garten- und Park-Vielfalt in Bayern zeigen • Garteninteressierte an anderen Gärten teilhaben lassen • Garten „Neulinge“ ansprechen, inspirieren und zur Nachahmung anregen • Nichtgartenbesitzer in Gärten und Parks einladen • Gartenaffine Angebote und Veranstaltungen platzieren • Einsatz von modernen Medien im Gartentourismus

Titel	
QR-Codes im Garten – Einsatz neuer Medien	
Projektbeschreibung	
<ul style="list-style-type: none"> • In Parkanlagen verschiedener Gartenregionen sollen QR-Codes an interessanten Orten, wie z.B. Pflanzen, Gebäuden, Blickpunkten angebracht werden die kleine Filme und/oder Bilder zu diesen Orten verlinken. • Es sollen so Informationen und Fakten, aber auch nette Anekdoten und unterhaltsame Geschichtchen an die Besucher weitergegeben werden. 	
Schwerpunkte/Ziele	
<ul style="list-style-type: none"> • Medienwirksame Inszenierung der Gärten • Regionsübergreifendes Pilotprojekt • Erschließen neuer Zielgruppen durch Einsatz von modernen Medien im Gartentourismus • Schaffen einer neuen Erlebnisqualität mit einer einfachen Umsetzung • in Szene setzen der Besonderheiten jeder Region • Entwicklung eines innovativen touristischen Angebots • Aufwertung von ausgewählten Parkanlagen und dadurch auch der jeweiligen Gartenroute • Unterhaltung der Besucher durch begleitende Angebote als Zusatz zur Parkanlage • Vermittlung von Informationen/Wissen sowie authentischen Backgroundinfos 	