

9 Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Herleitung des Nutzungskonzeptes

Für die Schlossgärten wurden im Vorfeld verschiedene Punkte identifiziert, die im Rahmen des Konzeptes zu entwickeln sind, um die Bedarfe der Gäste zu decken.²⁷⁹ Hierbei handelt es sich vor allem um Punkte, die für eine touristische Inwertsetzung der Gärten von besonderer Bedeutung sind. Die Punkte mit Entwicklungspotenzial sind in der folgenden Abbildung zusammengefasst.

Was fehlt noch in den Gärten für die touristische Inwertsetzung?

- Barrierefreie Bereiche
- Einheitliches touristisches Leitsystem und Beschilderung, Wegeunterhaltung
- Sitzgelegenheiten
- Gastronomische Angebote
- Thematisch passende touristische Angebote für die jeweiligen Zielgruppen
 - Informationen über die Historie der Gärten und Schlösser
 - Informationen über die Bepflanzung
 - Weitere thematische Veranstaltungen
 - Hervorheben des Alleinstellungsmerkmals der Gärten
 - Zielgruppenorientiertes Marketing
 - Weitere Angebote für Schulklassen
- Sicherheitssysteme gegen Vandalismus
- Eintrittssysteme
- Souvenirshop

Die Bestandsaufnahme zu den Schlossgärten führte dann zur Identifikation besonderer Ansprüche an die touristische Nutzung der Gärten, welche beachtet werden müssen, um die Gärten verstärkt einer sanften und integrierten touristischen Nutzung zuzuführen.

- Entwicklung der Gärten im Rahmen der Entwicklung des Gesamtensembles
- Weitere Aufwertung der Gärten – diese bewusst als Standortfaktoren der Stadt entwickeln
- Qualitativ hochwertige Angebote für Touristen in den Gärten schaffen
 - Schaffung weiterer touristischer Infrastruktur / Angebotsstruktur
 - Konzeption einer konsequenten Kundenorientierung entlang der Dienstleistungskette

²⁷⁹ Vgl. HNW Landschaftsarchitektur (2016), S. 38

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

- Qualitative und quantitative Ausstattung der touristischen Infrastruktur
 - Schaffung eines Besucherleitsystems
 - Erlebnis in den Vordergrund stellen – Besucherinformation (Verständnis für Geschichte und Gartenkunst) – Erschließung der geschichtlichen, künstlerischen und wissenschaftlichen Bedeutung für die Besucher fördern
- Beachtung des Themas: Gärten im Schatten großer Gebäude
 - Spezialisierung und Profilierung auch für Gärten
 - Eine abgestimmte Präsentation ist notwendig, um den Gärten Gewicht zu verleihen
 - Abgestimmte Vermarktungsstrategie (Bewerbung der Gärten auch innerhalb des Ortes optimieren – Ausschilderung)
- Gärten als Standortfaktoren der Stadt entwickeln
- Schließen der Gärten für den Durchgangsverkehr
- Verständnis der Gärten als lebende Denkmäler
- Umgang mit der Saisonalität

Zu den Ansprüchen und notwendigen Entwicklungsschritten, die sich aus dem aktuellen Status der Schlossgärten und des Schlossparks ergeben, kommen weitere Anforderungen im Zusammenhang mit dem Angebot der Schlösser hinzu. Problemstellungen, die die touristische Entwicklung der Schlösser an die praktische Umsetzung mit sich bringen, haben ebenso Auswirkung auf die Realisierung der touristischen Angebote in den Gärten.

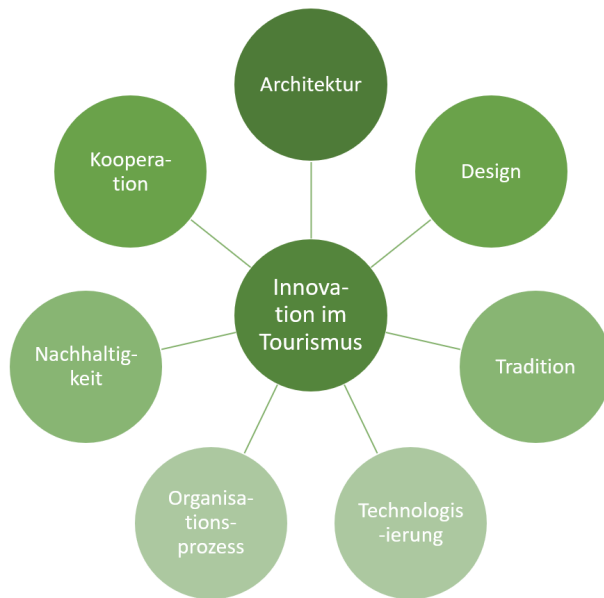
Um diesen Ansprüchen gerecht zu werden, muss für die Schlossgärten ein besonderes und sehr individuelles Nutzungskonzept entwickelt werden. Für die Stadt Blankenburg (Harz) gilt es mittels eines Alleinstellungsmerkmals eine klare Abgrenzung insbesondere gegenüber den konkurrierenden Städten, wie Quedlinburg und Wernigerode, zu schaffen. Die Voraussetzungen für den zukünftigen Erfolg der Stadt Blankenburg (Harz) auf dem touristischen Markt sind die Bereitschaft und Fähigkeit zur Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen mit Alleinstellungspotenzial. „Dafür ist die Innovationsfähigkeit eine entscheidende Kompetenz, die darin liegt, Ideen zu generieren und Innovationsprojekte zu starten und zu realisieren. Der steigende Wettbewerb, die fortschreitende Technologisierung sowie gesellschaftliche Entwicklungen und Trends im Konsumverhalten erhöhen den Innovationsdruck auch auf die Unternehmen der Tourismusbranche.“²⁸⁰

²⁸⁰ Innerhofer (2016), S. 47

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Angewandt auf den Tourismus kann sich Innovation in sieben Bereiche zusammenfassen lassen.

Abbildung 205: Innovationsbereiche im Tourismus



Quelle: Innerhofer (2016), S. 47

Ein weiterer bedeutender Erfolgsfaktor für innovative Konzepte und Innovationen in einer touristischen Destination ist die Nicht-Imitierbarkeit bzw. Nicht-Kopierbarkeit des Konzeptes. Je komplexer die Innovation und das Konzept selbst sind, desto schwieriger ist es für Wettbewerber, die Idee nachzuahmen.²⁸¹ Des Weiteren „hat sich gezeigt, dass die Fähigkeit „Erlebnisse“ zu verkaufen sowie Geschichten zu erzählen und Überraschungsmomente zu schaffen, wesentliche Faktoren für erfolgreiche Innovationen sind.“²⁸² Werden die zuvor genannten Punkte beachtet, kann die Nicht-Kopierbarkeit des Konzeptes erreicht und eine Innovation für die Destination der Schlösser und Gärten geschaffen werden.

Im Folgenden wollen wir ein innovatives, authentisches Konzept für die Schlossgärten darstellen, welches den Schlössern und Gärten Blankenburg (Harz) als touristisches Ziel einen Rahmen gibt und ein besonderes Alleinstellungsmerkmal verleiht.

²⁸¹ Vgl. Innerhofer (2016), S. 53

²⁸² Innerhofer (2016), S. 56

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

9.1 Nutzungskonzept

Im Folgenden wird das Nutzungskonzept für die Schlossgärten erläutert. Da die Gärten als verbindendes Element zwischen den Schlössern oder somit als „Roter Faden“ des Gesamtkonzeptes betrachtet werden können, steht das touristische Angebot der Gärten in einem engen Bezug zu den Schlössern und deren Nutzungskonzepten. Dies spiegelt sich auch in den Betriebskonzepten wieder.

9.1.1 Vision für die Schlossgärten Blankenburg

Das verbindende Element der beiden Schlösser sind die Gärten. Ihnen kommt eine große Bedeutung für das Gesamtkonzept zu. Unter dem Motto „Erlebbar Gärten, erlebbare Geschichte“ wird die Nutzung des Schlossparks neu gedacht und die Gärten neu interpretiert. Dabei wird der historische Charakter bewahrt und die Geschichte der Stadt und der Schlösser in besonderer Weise hervorgehoben.

Das historische, ursprüngliche Angebot der Schlossgärten wird um neue, zeitgemäße Komponenten erweitert. In dieser Kombination entsteht für die gesamte städtische Destination ein ganz besonderes Angebot mit hohem Alleinstellungspotenzial. Die touristische Innovation fußt dabei auf dem historischen Potenzial der Stadt. Der Authentizität und der Erlebbarkeit des touristischen Angebotes kommen eine besondere Bedeutung zu. Wir wollen bewusst eine Auseinandersetzung mit der Tradition und Geschichte der Schlösser und Gärten erreichen und diese erlebbar gestalten. „Es geht darum, Altes und Bestehendes neu zu interpretieren und dabei „das gelebte Alte in eine neue Sprache zu verfassen““²⁸³

Das entwickelte Konzept erfüllt dabei verschiedene Ansprüche, die im Vorfeld der Konzeptentwicklung identifiziert und definiert wurden. Viele Produkte im Tourismus werden nicht auf Grund ihrer Notwendigkeit konsumiert, sondern wegen ihrer Life-Style-Relevanz in Verbindung mit bestimmten emotionalen Bedürfnissen. Hier schaffen Innovation und Erlebnis einen Wettbewerbsvorteil.

In den Gärten entsteht ein „System der besonderen Orte“.



²⁸³ Innerhofer (2016), S. 53

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

9.1.2 Bausteine des Konzeptes

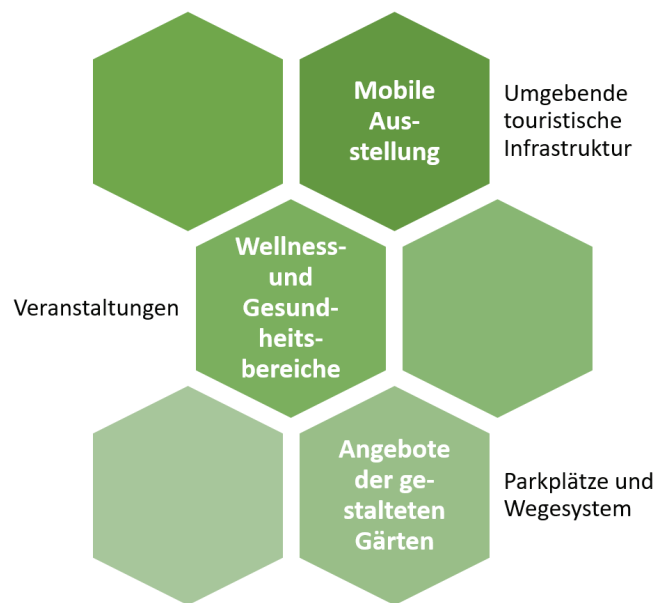
Einzelne Bausteine des Nutzungskonzeptes der Gärten lassen sich dem Kleinen Schloss zuordnen, wie z.B. die mobilen Ausstellungsorte oder das Angebot der gestalteten Gärten inkl. verschiedener Veranstaltungen. Dem Großen Schloss wird das Wellness- und Gesundheitsangebot der Gärten zugeordnet. Infrastrukturelle und touristische Einrichtungen betreffen alle Bereiche des Schlossparks und der Gärten. Veranstaltungen im Park sind ebenso als übergeordnetes Thema zu betrachten. Diese Aufteilung spiegelt sich dann auch im Betriebskonzept der Gärten wieder. Die Aufgaben sind dem Kleinen und dem Großen Schloss zu zuordnen.

Abbildung 206: Bausteine Nutzungskonzept Schlossgärten

Für Gemeinschaftsaufgaben sind übergreifende Lösungen zu finden.

Die Bausteine des Nutzungskonzeptes für die Schlossgärten Blankenburg sind in der folgenden Abbildung dargestellt.

Hierbei sind sowohl die Bausteine zu betrachten, welche direkt ein Angebot (Ausstellungs- und Wellnessbereiche, gestaltete Gärten und Veranstaltungen) schaffen, als auch die Bereiche, die der spezifisch touristischen und der allgemeinen Infrastruktur (Basis-Infrastruktur und touristische Einrichtungen) zugeordnet sind.



Quelle: Eigene Darstellung

9.1.2.1 Grundidee

Die Grundidee des Nutzungskonzeptes des Schlossparks ist es zum einen, mobile Ausstellungsbereiche in den Park zu integrieren. Die mobilen Ausstellungspunkte sollen sich von ihrem Startpunkt aus, dem Ausstellungsbereich im Kleinen Schloss, der über die Tourimusinformation zugänglich ist, durch den Park hoch aufs Große Schloss ziehen. Dabei wird es verschiedene Arten der Erlebnispunkten geben, denen unterschiedliche Funktionen, wie Ausstellen, Informieren, Interagieren oder Verweilen zugeordnet sind. Mit Startpunkt im Großen Schloss sollen sich ebenso Hütten in den Schlosspark ziehen. Diese haben aber eine andere Funktion. Sie erweitern den Wellnessbereich des Großen Schlosses und dienen als Rückzugsorte oder Orte der Regeneration. Zusammen mit den mobilen Ausstellungsbereichen bilden die Wellness- und Gesundheitsbereiche das Herzstück des Konzeptes. Die Grundidee fußt

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

dabei auf den Licht-Luft-Hütten von Adolf Just und steht somit in einer engen Verbindung zur jüngeren Geschichte Blankenburgs (Harz).

9.1.2.2 *Geschichtlicher Hintergrund*

„Der Buchhändler Adolf Just (1859–1936) litt in jungen Jahren an einer Nervenkrankheit, von der ihn die Schulmediziner nicht heilen konnten. Nach dem Studium aller seinerzeit erhältlichen Literatur über Naturheilkunde wie z. B. die von Sebastian Kneipp, behandelte er sich dann selbst. In tiefer Überzeugung von den Kräften der Natur suchte er danach, das „Natürliche“ in sein Leben zu integrieren. Dazu gehörte zum Beispiel das Schlafen auf dem Boden seiner Licht-Luft-Hütte, eine einfache Hütte ohne verschließbare Fenster und Türen. Ebenso gehörten die natürliche Ernährung durch Obst, Beeren, Nüsse und Gemüse sowie viel Bewegung und ausgedehnte Wanderungen dazu. Die Schlussfolgerung seiner Naturbeobachtungen war „Die Natur irrt nicht, sie hat immer recht“.

Ein Jahr später gründete er im Harz die Naturheilanstalt „Jungborn“, die zu seiner Zeit die größte ihrer Art in Deutschland war. Im Jahr 1918 gründete Just in Blankenburg die Heilerde-Gesellschaft und produzierte und vertrieb die „Adolf Justs Luvos-Heilerde“ sehr erfolgreich im In- und Ausland. Im gleichen Jahr, in dem Adolf Justs Buch „Kehrt zur Natur zurück“ erschienen ist (1896), wurde der „Jungborn, Luftkurort, Lehranstalt für naturgemäße Heil- und Lebensweise“ im Harz eröffnet. Die Naturheilstätte galt als die größte ihrer Zeit und beherbergte bis zu 350 Gesundheits-Suchende.

Just ließ die Kranken durch Aktivität und Lebensfreude an ihrer Genesung mitarbeiten. Sie trugen luftdurchlässige Kleidung. Bewegung spielte eine große Rolle. Die Patienten wohnten in einer nach drei Seiten offenen Hütte. Die Ernährung war vegetarisch und sehr natürlich. Auf dem Speisezettel standen Rohkost, Obst, Gemüse, Beeren, Salate, Säfte und besonders Nüsse.“²⁸⁴

Abbildung 207: Licht-Luft-Hütten, historische Aufnahme und Neubau



Quelle: <http://www.jungborn-harz.eu>

²⁸⁴ Heilerde-Gesellschaft Luvos Just GmbH & Co.KG (o.J.): <https://www.luvos.de/Heilerde/Adolf-Just-Wiederentdecker-der-Heilerde>

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

9.1.2.3 Baustein 1: Mobile Ausstellungsbereiche im Schlosspark

Bei diesem Konzeptbaustein handelt es sich um eine mobile Erweiterung der Ausstellungsbereiche des Kleinen Schlosses. Dabei wird ein Teil der festen Ausstellung zur Geschichte Blankenburgs (Harz) im Kleinen Schloss in ein neues, kompaktes Format überführt und somit um reale und wahlweise auch virtuelle Bereiche erweitert.

Die Ausstellung wird in den Schlosspark integriert und somit nah an die Orte des historischen Geschehens gebracht. Es wird die Geschichte dort präsentiert, wo sie stattgefunden hat. Geschichtliche Zusammenhänge werden somit direkt im örtlichen Kontext präsentiert. Für die Besucher der Ausstellung kommt dadurch noch eine besondere emotionale Ebene hinzu.

Das mobile Ausstellungssystem, was hierfür angewendet wird, ist als ein „Destillat“ einer herkömmlichen Ausstellung zu verstehen. Es werden Ausstellungsorte (in Form von Hütten oder Erlebnispunkten) geschaffen, die als „System der besonderen Orte“ mit unterschiedlichen Funktionen und einem hohem Erlebniswert eigens für die Schlossgärten Blankenburg (Harz) entworfen und entwickelt werden.

Da in den mobilen Ausstellungsorten nicht in einer so hohen Informationsdichte, wie bei einer herkömmlichen Ausstellung präsentiert werden können, muss versucht werden, bestimmte zu präsentierende „Sachverhalte über interaktive, animierte und kontextsensitive Medien und Technologien besser, einfacher und umfangreicher zu vermitteln.“²⁸⁵

Die „besonderen Orte“ sollen sich von ihrem Startpunkt aus, dem Ausstellungsbereich im Kleinen Schloss, der über die Tourismusinformation zugänglich ist, durch den Park hoch aufs Große Schloss ziehen und den Besucher so gezielt durch den Schlosspark führen. Dabei wird es verschiedene Arten der „besonderen Orte“ geben, denen unterschiedliche Funktionen, wie Ausstellen, Informieren, Interagieren oder Verweilen zugeordnet werden. Als Vorbild für die „besonderen Orte“ (Erlebnispunkte oder Hütten) dienen die Licht-Luft-Hütten. Die folgenden Beispiele möglicher Varianten dienen dabei der Inspiration für die „besonderen Orte“ in den Schlossgärten Blankenburgs und Erklärung des Konzeptes.

²⁸⁵ Mediadesign Hochschule für Design und Informatik GmbH (o.J.): <https://newsroom.mediadesign.de/imfokus/interaktive-raeume-die-virtuelle-erweiterung-einer-bestehenden-ausstellung/>

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Abbildung 208: Mobile Ausstellung - Funktion Informieren



INFORMIEREN



Quelle: Eigene Darstellung nach Rief, Frank (2015) <https://newsroom.mediadesign.de/imfokus/interaktive-raeume-die-virtuelle-erweiterung-einer-bestehenden-ausstellung/>

Die Funktion Informieren erfüllt die Kernkompetenz einer Ausstellung. Entgegengesetzt zu herkömmlichen Museumstypen besteht die größte Herausforderung bei der mobilen Ausstellung darin, die zu vermittelnden Informationen auf diesem engen Raum zunächst zu komprimieren, sie aufzubereiten und zu präsentieren. Elemente vor den Hütten oder entlang der Wege können den Besuchern ebenso weitere Inhalte vermitteln und als Leitsystem funktionieren, sollen aber auf das Notwendigste beschränkt werden, um den ursprünglichen Charakter der Gärten im Kern zu erhalten.



Abbildung 209: Mobile Ausstellung – Funktion Ausstellen



AUSSTELLEN



Quelle: <https://www.archdaily.com/806012/storyboard-on-the-landscape-ekistics-planning-and-design>

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Daher soll die mobile Ausstellung durch eine virtuelle Komponente ergänzt werden. Dies könnte zum einen die Informationen in den Ausstellungsbereichen ergänzen, zum anderen könnten die Besucher mittels eines virtuellen Guides durch den Schlosspark geführt werden.

Da das Konzept auf einem modularen Ausstellungssystem beruht, ist es möglich, die historischen Zusammenhänge direkt vor Ort zu vermitteln. Die Geschichte der Schlösser und Gärten wird am Ort des Geschehens erklärt. So entsteht ein direkter Bezug des Umfeldes zur Ausstellung, es wird ein fester Bestandteil. Dies kann z.B. durch die in der obigen Abbildung dargestellten Hüttenarten unterstützt werden. Für Blankenburg (Harz) könnten diese z.B. an besonderen Sichtachsen oder Blickpunkten positioniert werden oder an Orten, wo mittels Schablonen (s.o.) alte Gebäude / Szenen am Horizont in die Landschaft projiziert werden können.

Abbildung 210: Mobile Ausstellung - Funktion Interagieren


INTERAGIEREN



Quelle: <http://the.michaelclydejohnson.com/Untitled-Two-Viewing-Rooms-Offset-2012>

und Erwachsene dazu animiert, den Ort spielerisch zu erleben. Weitere Varianten der „besonderen Orte“ mit der Funktion Interagieren sind denkbar, hier können auch regionale Themen, wie z.B. die Esskastanien im Schlosspark aufgegriffen werden. Die vierte Variante der mobilen Ausstellungssysteme sind Hütten, die Orte zum Verweilen schaffen. Nachfolgend abgebildet ist das Beispiel einer Bibliothek. Auch diese Art der Ausstellungsbereiche kann sich themenorientiert gestalten lassen. Diese

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Art der „besonderen Orte“ kann zudem gut bei Veranstaltungen eingesetzt werden bzw. kleine Veranstaltungen können um sie geschaffen werden, wie z.B. Lese-Tage oder kleine Konzerte im Garten verteilt.

Abbildung 211: Mobile Ausstellung - Funktion Verweilen


VERWEILEN









Quelle: <http://dezeen.tumblr.com/post/133460115040/this-miniature-wooden-library-in-toronto-folds>

Die virtuellen Erweiterungen der Ausstellung lassen sich in zwei Bereiche unterteilen. Auf der einen Seite geht es dabei darum z.B. mittels Virtual Reality den Besucher an den Ort des Geschehens zu versetzen und somit zusätzlich Informationen zu ermitteln.

Auf der anderen Seite können Guides entwickelt werden, die die Besucher durch den Park entlang der Ausstellung führen. Dies ist z.B. per App denkbar und ist zunächst als ergänzendes Angebot zu Führungen durch den Park gedacht. Der Vorteil einer App oder eines anderweitigen Leitsystems ist, dass verschiedene Zielgruppen angesprochen werden können. So können Routen nach persönlichen Interessen ausgewählt, unterschiedliche Sprachen eingestellt oder auf kindgerechte Inhalte abgestimmt werden. Menschen mit Handicap können ebenso gesondert geführt werden, was einen Beitrag zur Barrierefreiheit des Schlossparks leisten würde. Die App bietet somit weit über die Informationsfunktion eine Servicefunktion. Beispielhaft seien hier die Apps von MindTags erwähnt, welche als mobile Informations- und Leitsysteme zu verstehen sind. Die Apps sind gleichermaßen für den Innen- und Außenbereich anwendbar und bieten die folgenden Servicefunktionen, welche sowohl für die Orientierung im Alltag als auch auf Reisen von Bedeutung sind.

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Abbildung 213: Servicefunktionen der Apps

| | | |
|---|--|--|
|  informiert ... zu Orten, zu Objekten und zu deren korrektem Gebrauch – barrierefrei und mehrsprachig. Beispiel: Pädagogischer Lehrpfad |  leitet ... durch das Angebot von Wegbeschreibungen und digitaler Begleitung durch das Gebäude. Beispiel: Navigation im öffentlichen Raum |  orientiert ... durch Auskunft über die momentane Position und die Bereitstellung möglicher Zielorte. Beispiel: Ausstellungen und Messe |
|  identifiziert ... Orte und Objekte im Raum und vermittelt auditive und visuelle Informationen zu den Örtlichkeiten. Beispiel: Nutzungs- und Gebrauchsregeln |  warnt ... durch Vermittlung relevanter Notfallpläne bei Gefahr und liefert sachdienliche Instruktionen. Beispiel: Baustellen- und Gebäudetechnik |  wirbt ... für Produkte und lokale Angebote sowie aktuelle Veranstaltungen an den ausgewählten Orten. Beispiel: Veranstaltungen und Programme |

Quelle: <https://www.mindtags.net/de/funktion.html>

Anwendungsbeispiele sind bereits für öffentliche Gebäude, Stadt- und Wanderführer, Hotels, Museen und Galerien, sowie Parks und Freiflächen zu finden.

Abbildung 212: Anwendungsbeispiele für Parks, Museen und Stadtführer



Quelle:
<https://www.mindtags.net/>

Ein erwähnenswertes Beispiel der Erweiterung bzw. Unterstützung einer mobilen Ausstellung mittels Augmented Reality sei an dieser Stelle genannt. Bei der Wanderausstellung „schauholz“ wurden bewusst über virtuelle Komponenten den Besuchern Inhalte vermittelt. „Die Besucher der Ausstellung können durch bereitgestellte Tablets zusätzliche Inhalte abrufen. Maßgebend hierfür ist die nahtlose Verzahnung von statischen und virtuellen Inhalten. Um dies zu ermöglichen, wird die sogenannte „Augmented Reality“-Technologie (AR) verwendet – die Realitätswahrnehmung wird computergestützt erweitert. Hält man zum Beispiel das Tablet über einen Architekturplan, so entspringt dem Plan auf dem Tablet eine dreidimensionale Ansicht des Gebäudes. Der Betrachter kann sich mit dem Tablet um das Gebäude herum bewegen und sogar hineinzoomen. Dadurch ist es möglich, die ausgestellten Objekte plastisch, realitätsnah und emotional zu erfassen. Außerdem lassen sich statische Wandgrafiken animieren und erweitern. Letztendlich können die vorhandenen Inhalte durch die AR-Erweiterung beliebig ausgebaut und komplexer dargestellt werden.“²⁸⁶

²⁸⁶ Mediadesign Hochschule Für Design und Informatik GmbH (o.J.): <https://newsroom.mediadesign.de/imfokus/interaktive-raeume-die-virtuelle-erweiterung-einer-bestehenden-ausstellung/>

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Anordnung der besonderen Orte

Eine mögliche Anordnung der mobilen Ausstellung ist in der folgenden Karte dargestellt. Der Startpunkt kann bzw. sollte die Ausstellung im Kleinen Schloss sein. Begeben sich die Besucher auf die Reise durch die Geschichte Blankenburgs und folgend den „besonderen Orten“, gelangen sie durch den Schlosspark hinauf auf das Große Schloss.

Die „besonderen Orte“ können dabei thematisch einzelnen Etappen der Geschichte Blankenburgs und der Schlösser und Gärten zugeordnet werden oder an besonders wichtigen Punkten, z.B. Sichtachsen, besonderen Blickpunkten oder Punkten des historischen Wegesystems positioniert werden.

Historischen Überlieferungen zur Folge bildete früher eine lange Treppe den Hauptzugang zum Schloss. Diese führte Fußgänger in grader Linie von der Bartholomäuskirche bis auf den Schlosshof. Daneben gab es noch acht weitere Treppen. Jede Treppe hatte einen Ruheplatz mit zwei Bänken.²⁸⁷

Auch dieser Gedanken könnte in dem Konzept aufgegriffen und somit entsprechende Standpunkte identifiziert werden, an dem die mobilen Ausstellungs- und Erlebnisbereiche positioniert werden können.

Da durch den Bau des Hotels Vogelherd starke Eingriffe in das historische Wegesystem erfolgten, ist ein Teil bereits verloren gegangen. In Teilen wäre es möglich alte Wege, die heute zugewachsen sind, wiederherzustellen.²⁸⁸ Denn mit der Installation des mobilen Ausstellungskonzeptes gilt es auch, die Wegeführung und das Leitsystem für die Besucher entsprechend anzupassen. Dies wird als Bereich der touristischen Basisinfrastruktur im Baustein 3 erläutert.

²⁸⁷ Landschaftsarchitektur Franz (2005), S. 21

²⁸⁸ Vgl. ebd.

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

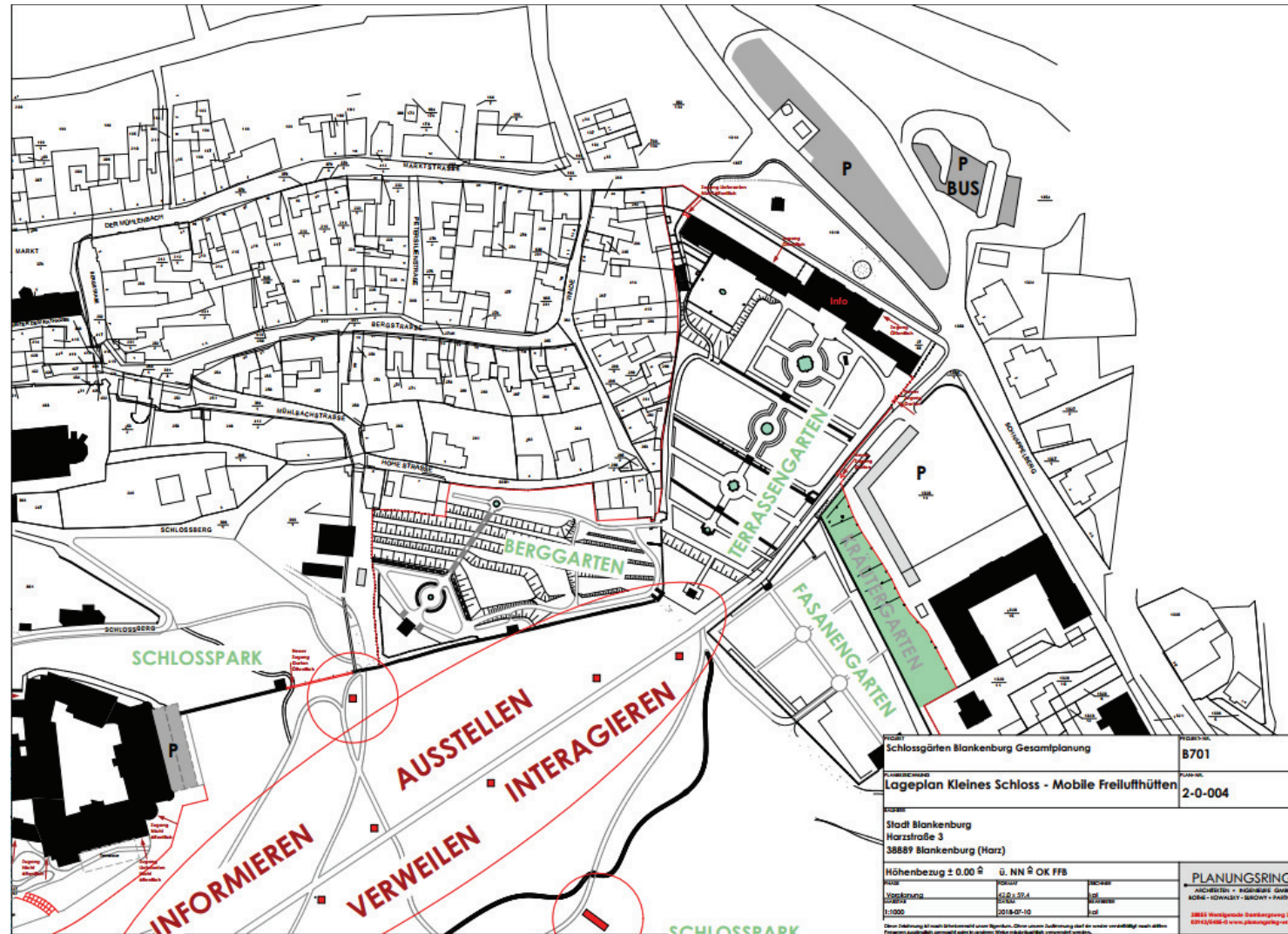


Abbildung 214: System der besonderen Orte - Bereich Kleines Schloss

Quelle: Planungsring Architekten und Ingenieure GmbH (2018)

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

9.1.2.4 Baustein 2: Gesundheits- und Wellnessbereiche

Der zweite große Baustein für das Nutzungskonzept der Gärten sind die Gesundheits- und Wellnessbereiche. Sie ergänzen das Angebot des Großen Schlosses bzw. sind als Bestandteil des Wellness-Bereiches zu betrachten. Basierend auf der ursprünglichen Idee der Licht-Luft-Hütten werden diese neu interpretiert, mit verschiedenen Funktionen versehen und im Schlosspark arrangiert. Diese Hütten müssen im Gegensatz zu den mobilen Ausstellungsbereichen fester installiert werden, um genutzt werden zu können. Jedoch sind auch sie rückbaubar. Dies hängt maßgeblich von der gewollten Funktion ab. Sie sollen Rückzugsorte bilden und u.a. in den hinteren Bereichen des Schlossparks angesiedelt werden (Funktion Regenerieren).

Nachfolgend werden ein paar Beispiele für entsprechende „Hütten“ genannt, die heute schon in Betrieb sind. Diese sollen dem Verständnis der grundlegenden Idee und der Inspiration dienen. Für den Schlosspark in Blankenburg (Harz) gilt es dann ganz eigene Ideen individuell für die Gegebenheiten vor Ort zu kreieren.

Abbildung 215: Gesundheits- und Wellnessbereich - Funktion Saunieren



Quelle: <https://www.archdaily.com/513739/one-man-sauna-modulorbeat>

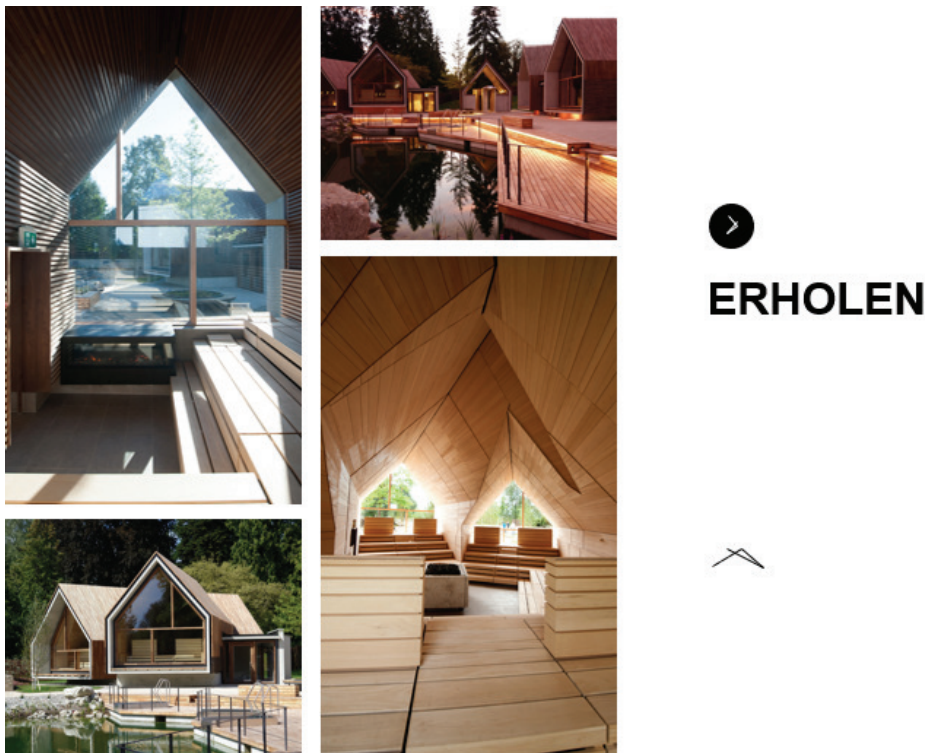
In der obigen Darstellung ist die „One Man Sauna“ abgebildet. Sie steht in Bochum und wurde im Rahmen eines internationalen Stadtprojektes aus Teilen erschaffen, die ursprünglich für den Bau einer Schachtanlage vorgesehen waren. „Auf insgesamt 7,5 Metern Höhe sind die drei unterschiedlichen Ebenen räumlich und konstruktiv übereinandergeschichtet. Steigleitern führen den Besucher durch

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

die einzelnen Etappen: vom Tauchbecken im Erdgeschoss über die Saunazelle im Mittelbereich bis hin zur Aussichtsplattform, die den Blick in den Himmel freigibt und zum „Nichtstun“ einlädt.“²⁸⁹

Besondere Orte zum Erholen und Entspannen zeigt das folgende Beispiel „Jordanbad Sauna Dorf“ in Biberach. „Sauna- und Architekturgenuss wurden in der neuen Saunalandschaft des Jordanbads kombiniert. Das alte Saunadorf mit seinen drei Holzhütten war nach zehn Jahren Betrieb nicht mehr zu renovieren und wurde deshalb durch drei neue Saunen unterschiedlicher Größe ersetzt. (..) Da in den Teich Oberflächenwasser fließt, kann er leider nicht zum Baden genutzt werden. Dank der neuen, direkt angrenzenden Tauchbecken ist er trotzdem stärker ins Konzept eingebunden; auch deren Überlaufwasser fließt in den Teich hinein. So überzeugt das Gesamtkonzept mit seiner einfachen Gestaltung und durch die hochwertigen Materialien.“²⁹⁰

Abbildung 216: Gesundheits- und Wellnessbereiche – Funktion Erholen



Quelle: <https://www.archdaily.com/794758/jordanbad-sauna-village-jeschke-architektur-and-planung>

„Das Saunadorf des Jordanbad Biberach ist als eine Art neues ´modernes´ Dorf konzipiert. (...) Das Sauna-Dorf besteht aus einer großen Aufguss-Sauna für 110-120 Personen, einer Kräutersauna sowie

²⁸⁹ Detail Business Information GmbH (o.J.): <https://www.detail.de/artikel/schacht-mit-aussicht-one-man-sauna-von-modulorbeat-13563/#>

²⁹⁰ Vgl. ebd.

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

einer Kamins Sauna für jeweils 25 Personen. Das Wasser- und Dusch-Zentrum befindet sich in einem separaten Gebäude – mit einem großen Dusch-Angebot.

Mit dem Jordanbad wurde eine Sauna-Anlage erschaffen, die es schafft bei zeitgemäßer Architektursprache – über die Mittel von Raum-, Form- und Lichtelebnissen im Innen – und Außenraum eine intime, geborgene Raumwirkung zu entwickeln – und damit für den Besucher ein hohes Maß an Geborgenheit in ansprechender Wohlfühl-Architektur zu generiert, die gleichzeitig Entspannung und Spannung durch interessante Kontraste erzeugt. Im Inneren hat jede Sauna ein ganz individuelles Ambiente, mit eigenen Räumen, Materialien, Licht und Duft, mit gerichteten Blicken durch die jeweiligen Panoramafenster zu unterschiedlichen Teilen von Garten und See.“²⁹¹

Das Thema Regenerieren in der freien Natur greifen die folgenden Beispiele auf.



REGENERIEREN



Quelle: <https://www.archdaily.com/777356/shelters-by-the-sea-blue-landmarks-lumo-architects#>

In Dänemark, am Südfünischen-Archipel, entstand im Jahr 2015 das Projekt „Shelter by the Sea – blue landmarks“. Die oben abgebildeten Hütten sind an 19 verschiedenen Standorten zu finden. „Along the South coast from West of Faaborg to the Northeast of Svendborg, around Langeland and on the islands

²⁹¹ Archipendium (o.J.): <https://archipendium.com/architektur/jordanbad-sauna-village/>

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

of Skarø, Drejø, Birkholm and Ærø, it is now possible to enjoy nature and the great outdoors from a series of exclusively designed shelter constructions and camp sites.²⁹²

Die kleinen Hütten, auch Shelter genannt, sind inspiriert von den alten Hütten der ehemaligen Fischer. Die „blue landmarks“ dienen der Regeneration von Aktivreisenden, Sportlern oder Anglern in der freien Natur und schonen diese dabei durch ihre Bauart. „The landmarks support activities all year round, helping to channel traffic and to bypass the vulnerable natural areas and at the same time, they function as active starting points for kayakers, anglers, boaters, divers and underwater hunters, surfers and your everyday outdoor recreation.“²⁹³

Je nach Art finden in den Shelter bis zu 7 Personen Platz. Sie können als Übernachtungsmöglichkeit oder als Picknick-Platz für Schulklassen genutzt werden. Es gibt ebenso Shelter, die auch über einen eigenen Saunabereich verfügen oder mit einer Aussichtsplattform die Möglichkeit bieten, Vögel zu beobachten.

Anordnung der besonderen Orte

Die besonderen Orte mit den oben beschriebenen Funktionen sind direkt dem Wellness-Bereich des Großen Schlosses zugeordnet und ein fester Bestandteil des Hotelkonzepts mit Alleinstellungsmerkmal und Differenzierungspotenzial. Daher werden diese „besonderen Orte“ mit der Funktion Sauna und Wellness-Anwendung in der Nähe des Großen Schlosses positioniert. Angedacht ist z.B. eine Art Saunadort um den Schlossteich. Hier kann dann die Versorgung der Gäste und die Bespielung der Hütten über den Marstall erfolgen. So ist hier eine Terrasse mit Außengastronomie für diesen Wellness-Bereich denkbar. Auch das Parkwärterhaus kann in das Konzept einbezogen werden, eine mögliche Funktion des Parkwärterhauses wäre die funktionelle Bespielung, also Wartung und Pflege der „besonderen Orte“. Die Variante den Schlossteich als Schwimmteich zu nutzen, ist zu diskutieren.

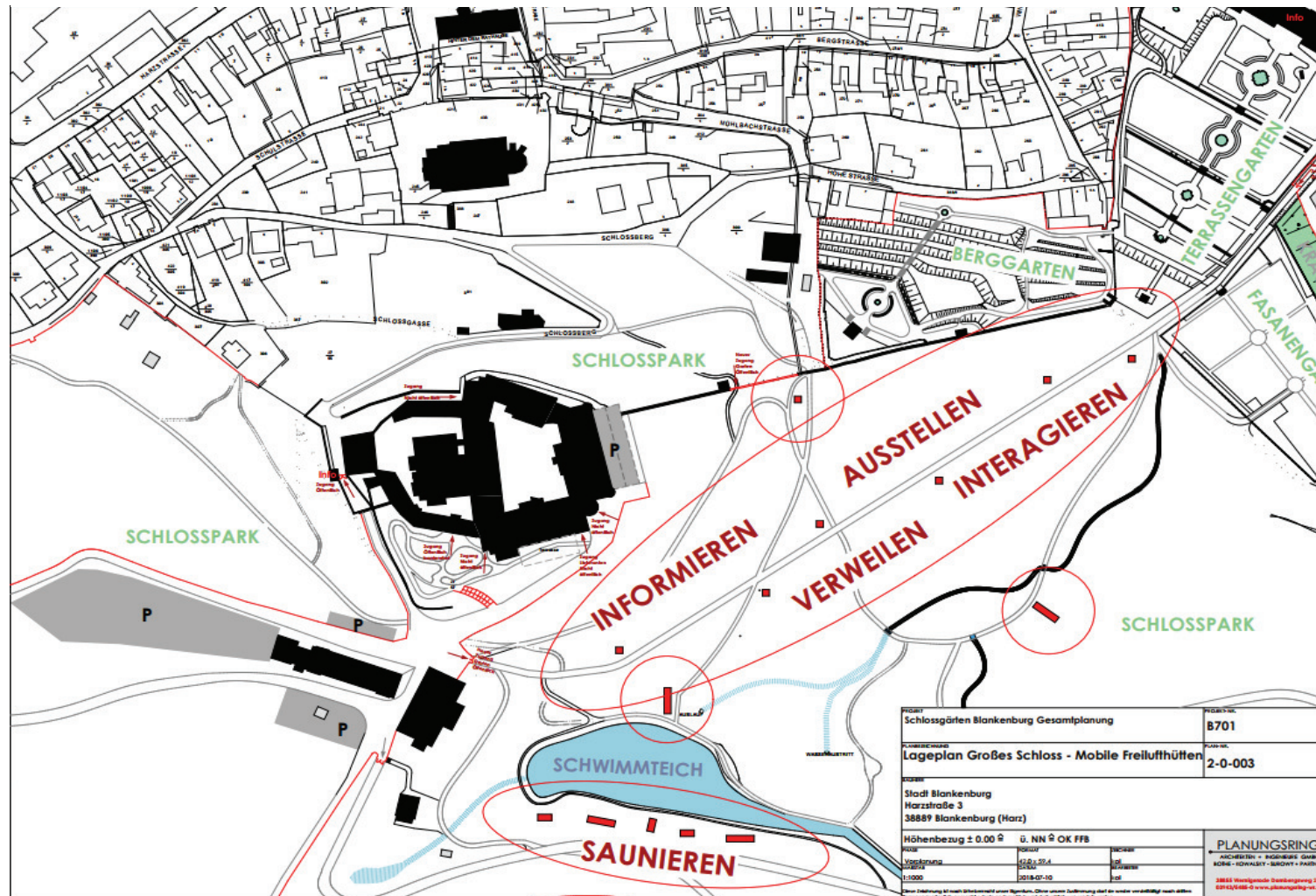
Die „besonderen Orte“ zur Regeneration werden im hinteren Bereich des Schlossparks angesiedelt. Sie werden bewusst hier verortet, um sie in einer ruhigeren Umgebung zu positionieren und den Effekt der Erholung und Entspannung somit noch zu verstärken.

²⁹² Archdaily (o.J.): <https://www.archdaily.com/777356/shelters-by-the-sea-blue-landmarks-lumo-architects>

²⁹³ Archdaily (o.J.): <https://www.archdaily.com/777356/shelters-by-the-sea-blue-landmarks-lumo-architects>

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Abbildung 217: Planungsvariante Schlosspark



Quelle: Planungsring Architekten und Ingenieure GmbH (2018)

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

9.1.2.5 Baustein 3: Umgebende touristische Infrastruktur

Unter touristischer Infrastruktur wird im Allgemeinen, „die Ausstattung eines Raumes mit öffentlich bzw. halböffentlich nutzbaren materiellen Einrichtungen und Anlagen, die Tourismusrelevanz haben und dessen Entwicklung fördern bzw. mittragen“²⁹⁴, verstanden. „Neben einem durch die touristische Mitnutzung höheren Angebot an Basisinfrastruktureinrichtungen (der Ver- und Entsorgung, des Verkehrs, des Gesundheitswesens etc.), das Einheimischen und Touristen zur Verfügung steht, kommt es zur Ausbildung einer spezifisch touristischen Infrastruktur. Sie ist Teil des touristischen Potenzials eines Raumes und besteht aus: verkehrlichen Anlagen (...), tourismusörtlichen Einrichtungen und Anlagen für Freizeit, Erholung, Sport, Fitness, Kultur usw. (...) sowie speziellen kurörtlichen Einrichtungen (...), Einrichtungen für Messen, Kongresse, Events.“²⁹⁵

Zur notwendigen touristischen Infrastruktur für die Entwicklung der Schlösser und Gärten Blankenburgs (Harz) zu einer innerstädtischen touristischen Destination gehören u.a. Themen, wie Besucherleitsysteme, Informationsmedien, Wegeführung, Parkmöglichkeiten, sanitäre und gastronomische Einrichtungen. Diese Infrastruktur dient zum einen der Orientierung in den Schlössern und Gärten und zum anderen der Darstellung als Einheit nach außen. Zu definieren sind daher Zugänge, abgeschlossene Bereiche, Wegführungen und touristische Anlaufpunkte.

Handlungsfeld: Zugänge zu den Gärten

Ziel ist es, ein abgeschlossenes Gebiet mit kontrollierbaren Zugängen und einem Eintrittssystem zu schaffen. Dies dient zum einem dem Generieren von Einnahmen zur Kostendeckung des Pflegeaufwandes und zum anderen dem Schutz der Gärten und der sich darin befindlichen Anlagen. Daher sind die Zugänge zum Schlossensemble im Bereich des Großen und des Kleinen Schlosses geplant. Diese sind zum einen leichter kontrollierbar und bieten den Gästen zum anderen Anlaufstellen, an denen sie sich über das Angebot der Gärten und Schlösser informieren können. So wird ein Zugang direkt über die Tourismusinformation im Kleinen Schloss und zwei weitere neben dem Kleinen Schloss in die Gärten gegeben sein.

Zu klären ist der Umgang mit der Straße, die durch den Schlosspark führt und für den öffentlichen Verkehr frei gegeben ist. Eine Verlegung dieser Straße, welche derzeit die Hauptzufahrt zum Hotel Vogelherd darstellt, wäre die für die Realisierung des Gesamtkonzeptes und für die Präsentation der Schlösser und Gärten als Destination die beste Variante.

²⁹⁴ Spektrum der Wissenschaft Verlagsgesellschaft mbH (o.J.): <https://www.spektrum.de/lexikon/geographie/touristische-infrastruktur/8190>

²⁹⁵ Vgl. ebd.

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Weitere Zugänge sind am Großen Schloss zu finden. Direkt neben dem Marstall führt einer direkt zu den Gärten. Ein anderer ist über die Zufahrt zum Großen Schloss zu erreichen. Auch hier untergebracht im Zwingerturm an der Stadtmauer, wird sich ein Informationsangebot für die Besucher befinden. Für Hotelgäste bestehen noch einmal weitere Zugangsmöglichkeiten in die Gärten.

An der Hauptzufahrtsstraße zum Großen Schloss Blankenburg (Harz) auf der Höhe des Verwalterhauses befindet sich ein historischer Zwingerturm, ebenso wie ein Teil der Stadtmauer. Der nachfolgende Lageplan zeigt die Position des Turmes und der Mauer. Der Turm und die Stadtmauer befinden sich im Eigentum der Stadt Blankenburg am Harz.

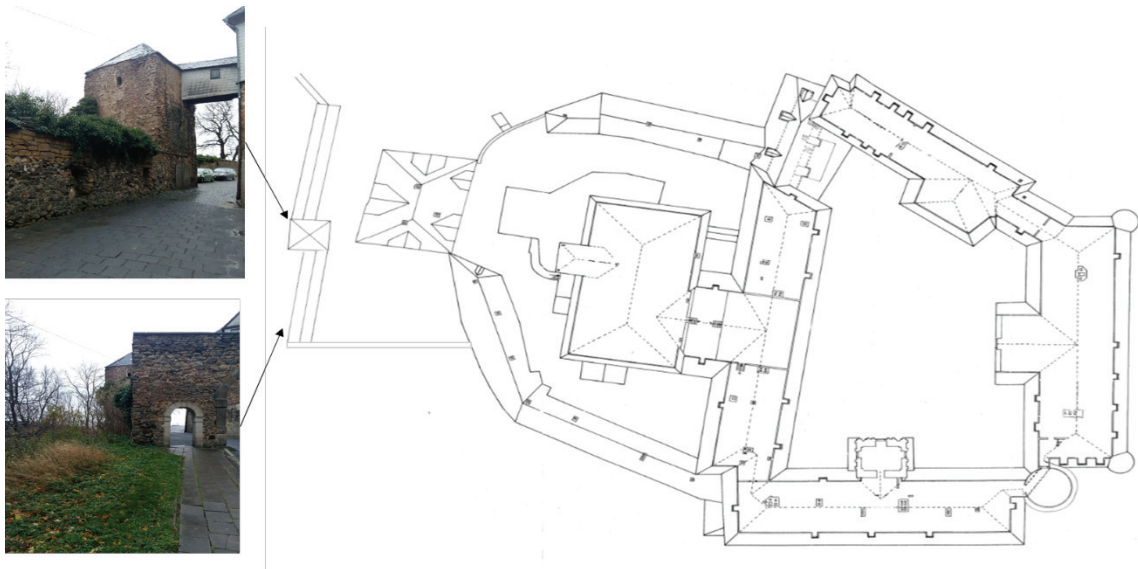
Abbildung 218: Lageplan Schlösser und Gärten; Verortung Zwingerturm und Stützmauer



Quelle: Eigene Darstellung nach Google Maps

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Abbildung 219: Lage und Bilder Zwingerturm und Stützmauer am Große Schloss Blankenburg (Harz)



Quelle: Eigene Darstellung

Derzeit befinden sich der Zwingerturm und die angrenzende Stadtmauer in einem sanierungsbedürftigen Zustand. Nach der Sanierung des Turms und der Stadtmauer werden diese als Bestandteil des touristischen Leitsystems des Schlossensembles fungieren. So ist es geplant, den Zwingerturm als Informationspunkt für Besucher der Gärten und Schlösser auszubauen. In dem Turm führt eine Wendeltreppe entlang der Turmmauern auf eine obere Ebene, von welcher aus eine Verbindung zum Verwalterhaus des Großen Schlosses über eine Brücke gegeben ist. Informationen über das touristische Ensemble der Schlösser und Gärten werden entsprechend aufbereitet und mittels Informationstafeln, sowie weiteren Materialien dem Besucher nähergebracht. Die Information der Besucher soll bewusst über Tafeln und weitere Infomaterialien erfolgen, um hier keinen zusätzlichen Personalbedarf zu erzeugen. Auf Grund seines Standortes kann der Zwingerturm als eines der „Tore“ zu den Schlössern und Gärten Blankenburgs betrachtet werden und eignet sich damit besonders als Informationspunkt für Touristen.

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Handlungsfeld: Parkplätze

Zum Basisangebot gehören auch ausreichend Parkmöglichkeiten. Dabei sind Parkplätze bereits am Kleinen Schloss und am Großen Schloss vorhanden bzw. sind zu schaffen. Die folgenden Abbildungen zeigen die Parkmöglichkeiten in der Nähe des Kleinen Schlosses und des Großen Schlosses. Am Kleinen Schloss stehen sowohl PKW- als auch Busparkplätze zur Verfügung. Teile des Parkplatzes vor dem Schlosshotel können von Besuchern der Schlösser und Gärten gegen Parkgebühren genutzt werden.

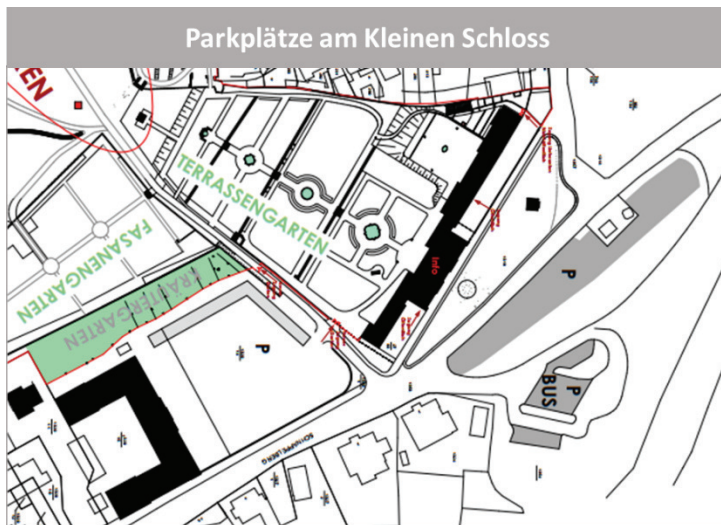


Abbildung 220: Parkplätze Kleines Schloss

Quelle: Eigene Darstellung

Die Parkplätze am Großen Schloss stehen sowohl Tagesbesuchern als auch Hotelgästen zur Verfügung. Wobei die Bereiche für Hotelgäste nicht den Tagesbesuchern zugänglich sind (direkt am Großen Schloss)

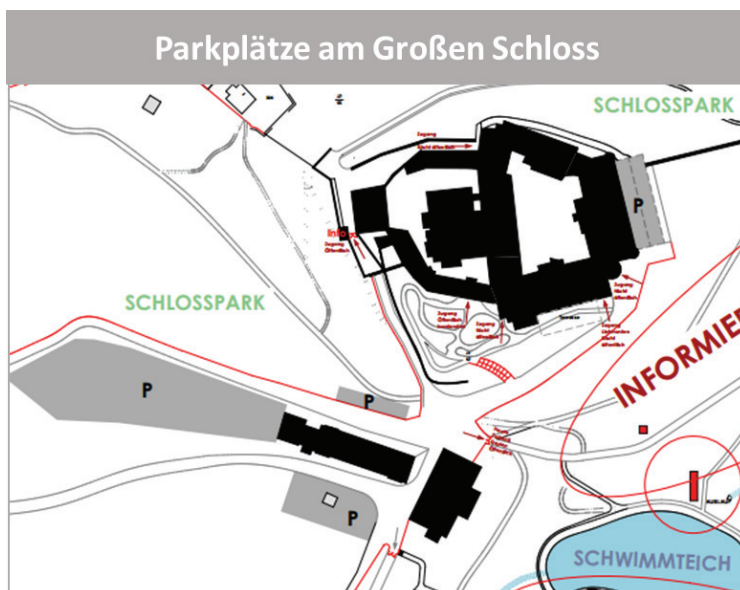


Abbildung 221: Parkplätze Großes Schloss

Quelle: Eigene Darstellung

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Handlungsfeld: Wegesystem, Eintrittssystem und Verschließbarkeit der Gärten

Das Ziel dieses Handlungsfeldes ist es, die Gärten für den Durchgangsverkehr zu schließen und darüber hinaus die Verschließbarkeit der gesamten Anlage herzustellen. Hierbei geht es zum einen darum, die Gartenanlagen vor Vandalismus schützen und zum anderen ein Eintrittssystem installieren zu können. Dabei ist der barrierefreie bzw. barrierearme Zugang aller Besucher zu den Gärten zu beachten. Des Weiteren muss das Eintrittssystem so gestaltet werden, dass die Einwohner der Stadt Blankenburg eine besondere Rabattierung für den Zutritt zu den Gärten bekommen.

In der Benchmarkanalyse wurden die Gärten auch in Bezug auf ihre Eintrittspreise untersucht. Nachfolgend werden die Eintrittspreise der Herrenhäuser Gärten in Hannover beispielgebend aufgeführt.

Tabelle 9: Eintrittssystem der Herrenhäuser Gärten in der Wintersaison (November bis März)

| Eintrittskarten | Preis in € |
|--|------------------|
| Gesamtkarte (Eintritt Großer Garten + Berggarten + Museum Schloss Herrenhausen + Ausstellung) | 6,00 € (Di.-So.) |
| Kombi-Ticket Großer Garten/Berggarten (bei Umbau im Schloss Museum wg. Sonderausstellung) | 3,50 € |
| Kombi-Ticket Großer Garten/Berggarten Jugendliche 12 - 17 Jahre/ermäßigt (bei Umbau im Schloss Museum wg. Sonderausstellung) | 1,50 € |
| Gruppen ab 15 Personen, Niedersachsenticket-Inhaber | 5,00 € (Di.-So.) |
| Kinder bis 12 Jahre | frei |
| Jugendliche 12-17 Jahre | 3,00 € |
| Schulklassen 12-17 Jahre | 2,50 € |
| Gesamtkarte ermäßigt | 4,50 € (Di.-So.) |
| Großer Garten/Berggarten ermäßigt | 1,50 € (täglich) |
| Berggarten | 3,50 € |
| Berggarten ermäßigt | 1,50 € |
| Familienkarte 1 Erwachs., Jugendl. 12-17 Jahre | 10,00 € |
| Familienkarte 2 Erwachs., Jugendl. 12-17 Jahre | 16,00 € |

Quelle: <https://www.hannover.de/Herrenhausen/Besucher%C2%ADinformationen/Preise,-%C3%96ffnungszeiten-mehr/Eintrittspreise>

Deutlich wird, dass hier Kooperationen mit anderen Sehenswürdigkeiten eine wichtige Rolle spielen. Bei der Preisgestaltung des Eintritts in die Blankenburger Schlossgärten wird empfohlen, die Staffelung

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

der Eintrittspreise einfacher als bei den Herrenhäuser Gärten zu gestalten. Eine Gestaltung der Höhe der Eintrittsgelder nach Saison sollte auch in Blankenburg angeboten werden.

Die „Gärten der Welt“ in Berlin gestalten die Eintrittspreise, wie folgt.

Sommersaison (April – Oktober)

Tageskarte 7,00 €
Tageskarte ermäßigt 3,00 €
Kombiticket mit Seilbahn 9,90 €
Kombiticket mit Seilbahn ermäßigt 5,50 €
Feierabendticket ab 17 Uhr 4,50 €

Wintersaison (bis Ende März)

Tageskarte 4,00 €
Tageskarte ermäßigt 2,00 €
Kombiticket mit Seilbahn 6,50 €
Kombiticket mit Seilbahn ermäßigt 4,50 €
Freier Eintritt für Kinder bis 6 Jahre

Jahreskarten

Jahreskarte (alle Parks der Grün Berlin GmbH + Gärten der Welt) 30 €
Jahreskarte im Abo 20 €
Jahreskarte ermäßigt 15 €
Jahreskarte ermäßigt im Abo 10 €
Jahreskarte Kombiticket mit Seilbahn 45 €
Jahreskarte Kombiticket mit Seilbahn im Abo 35 €
Familienkarte (2 Erwachsene + bis zu 3 schulpflichtige Kinder) mit Jahreskarte 70 €
Familienkarte mit Jahreskarte im Abo 50 €

*Ermäßigung gilt für Schüler

Beispiele für Eintrittspreise aus Sachsen-Anhalt sind der Park der Roseburg und der Botanische Garten in Halle.

Roseburgpark

Erwachsene 3 €
Gruppen ab 15 Pers. 2 € p.P.
Schüler, Studenten, Auszubildende 1,50€
Kinder bis 10 Jahre frei

Botanischer Garten Halle

Erwachsene: 2 € Kinder (ab 6 Jahre)
Erwachsene ermäßigt*: 1 €
Jahreskarte: 8 €
Angehörige der MLU sowie alle Studenten:
frei

*Arbeitslose, Auszubildende, Rentner, Schüler, Schwerbe-

Die Höhe der Eintrittsgelder sollte sich nach der Gestaltung der Gärten richten. Die geplanten Maßnahmen in den Gärten lassen sich, vor allem im Schlosspark, nur schrittweise umsetzen. Der Eintritt sollte also zunächst niedriger angesetzt werden und mit der zunehmenden touristischen Inwertsetzung der Gartenanlagen steigern.

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Zur Orientierung der Besucher vor Ort muss ein einheitliches touristisches Leitsystem geschaffen werden. Für die Schlossgärten dient das Leitsystem aber nicht nur der Lenkung der Besucher, sondern unterstützt zusätzlich die Inszenierung der Gärten und schafft damit einen besonderen Mehrwert für die Besucher. Es gilt den Besucherverkehr insbesondere mit Rücksicht auf die Tagestouristen und die Hotelgäste zu lenken und in verschiedenen Routen zu den besonderen Orten in den Gärten zu führen. Zudem werden bewusst Orte zum Verweilen, wie Bänke oder Ausstellungsbereiche, angesteuert. Bei der Entwicklung des Leitsystems für die Blankenburger Schlossgärten gilt es die Barrierefreiheit ebenso zu beachten, wie das historische Wegesystem und die Sichtachsen der Gärten.

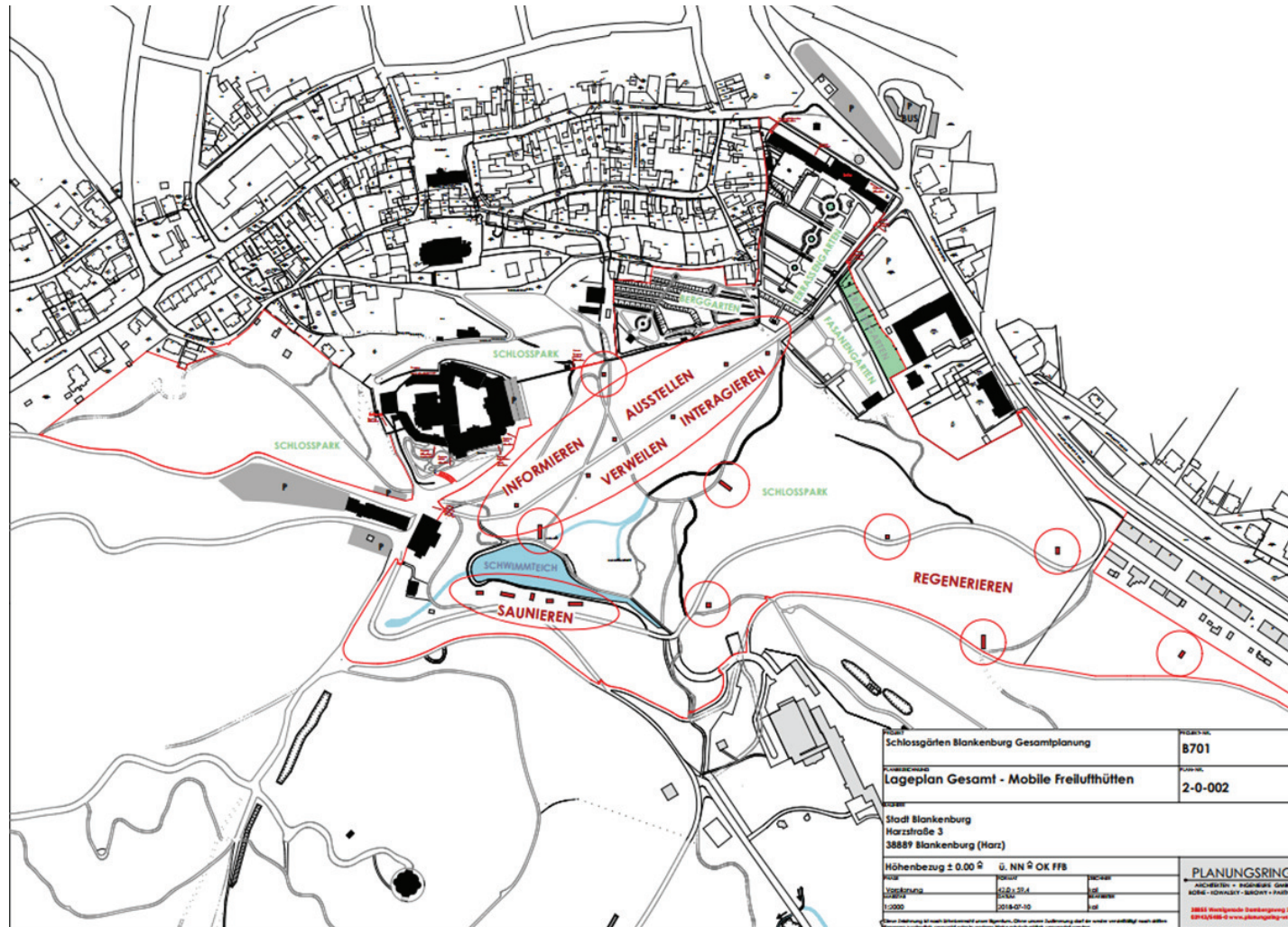
Handlungsfeld: Touristische Einrichtungen

Die Einrichtungen der touristischen Infrastruktur gehören zu den grundlegenden touristischen Angeboten einer Destination.

- Gastronomische Einrichtungen
 - Orangerie (Innen- und Außengastronomie)
 - Bereich am Teehäuschen
 - Marstall (mit Terrasse für die Wellness-Bereiche und Möglichkeit, Picknick-Körbe mit regionalen Produkten hier zu erwerben)
 - Grünfläche vor dem Großen Schloss
- Orte zum Verweilen
 - Bänke
 - Ausstellungsbereiche
- Sanitäre Einrichtungen
 - Den gastronomischen Bereichen angegliedert
 - Im Süd-Ost-Flügel des Kleinen Schlosses

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Abbildung 222: Planungsvariante Schlosspark



Quelle: Planungsring Architekten und Ingenieure GmbH (2018)

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

9.1.2.6 Baustein 4: Veranstaltungen

Veranstaltungen Gärten

Die Schlossgärten bieten viel Potenzial für Veranstaltungen. Die Veranstaltungsvorschläge wurden teilweise von den Best-Practise-Beispielen aus dem Kapitel Benchmarking inspiriert.

Wie bereits in der Benchmarkanalyse erwähnt, zählen zu den Best-Practise-Beispielen die Gärten von Schloss Trauttmansdorff und die Herrenhäuser Gärten. Aus diesem Grund dienen sie auch den Schlossgärten in Blankenburg (Harz) als Anregung für Veranstaltungen.

In den Herrenhäuser Gärten finden die verschiedensten Arten von Veranstaltungen über das ganze Jahr verteilt statt. Untenstehend befindet sich ein Auszug aus dem Veranstaltungskalender.

An dieser Stelle werden einige Ideen für eben diese Veranstaltungen aufgeführt. Dabei ist zu beachten, dass die Ausarbeitung und Konzeption der Ideen durch Profis erfolgen muss, damit der Erfolg garantiert werden kann.

Abbildung 223: Veranstaltungen in den Herrenhäuser Gärten Hannover 2018 / 2019

| Datum | Ort | Veranstaltung |
|--------------------------|-----------------------------|--|
| 14. Juli | Berggarten | Infos unter: www.kammermusik-hannover.de Fotoseminar „Makrofotografie“ |
| 14. Juli, 11 Uhr | Großer Garten | Szenische Führung: Gelehrtes Lustwandeln mit Leibniz Infos unter: www.stattreisen-hannover.de |
| 14. Juli, 14 Uhr | Berggarten | Szenische Führung: Carl von Linné Infos unter: www.zeitsprünge.info |
| 21. Juli bis 18. August | Berggarten | Fotoseminar „Traumb Blüten – Blütenträume“ |
| 2. August bis 23. August | Gartentheater | Sommernächte im Gartentheater |
| 4. August, 11.30 Uhr | Museum Schloss Herrenhausen | Kuratorenführung „Herrenhausen und Europa“ |
| 4. August, 15 Uhr | Berggarten | Literarischer Streifzug durch den Berggarten |
| 11. August, 11 Uhr | Großer Garten | Szenische Führung: Gelehrtes Lustwandeln mit Leibniz Infos unter: www.stattreisen-hannover.de |
| 11. August, 14 Uhr | Berggarten | Szenische Führung: Carl von Linné |

Quelle: <https://www.hannover.de/Herrenhausen/Veranstaltungen/Termine>

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Darüber hinaus sind szenische Führungen in den Blankenburger Schlossgärten denkbar, insbesondere da die Geschichte Blankenburgs (Harz) von vielen Persönlichkeiten geprägt wurde. Diese könnten erneut „zum Leben erweckt werden“ und ihr Erlebtes den Besuchern näherbringen.

Des Weiteren finden in den Herrenhäuser Gärten verschiedene Konzerte, wie Weihnachtskonzerte und Silvesterkonzerte statt. Die Umsetzung dieser Veranstaltungsart ist ebenfalls in den Schlossgärten von Blankenburg (Harz) denkbar. Als besondere Führung der Herrenhäuser Gärten ist die Taschenlampenführung zu erwähnen. Ein weiterer besonderer Programmpunkt ist die Feuerralley. Untenstehend befinden sich ein paar Details zu den beiden Veranstaltungen.

Abbildung 224: Beispiel für Veranstaltungen - Herrenhäuser Gärten Hannover

Feuerrallye durch den Großen Garten

- Start: Vor der Schlossküche Herrenhausen
- Dauer: ca. 90 Minuten
- Kosten: 7,50 € zzgl. Garteneintritt
- Für Kinder in Begleitung Erwachsener
- Im Großen Garten unterwegs: Knifflige Rätsel, Geschichten und die Suche nach dem wärmenden Feuer sorgen für einen tollen Abend zwischen geheimnisvollen Figuren und dunklen Hecken.

Taschenlampentour im Großen Garten

- Start: Vor der Schlossküche Herrenhausen
- Dauer: ca. 90 Minuten
- Kosten: 7,50 € zzgl. Garteneintritt
- Für Kinder in Begleitung Erwachsener
- Lichtkegel flitzen durch den dunklen Garten. Knifflige Fragen sind zu beantworten!

Quelle: <https://www.hannover.de/Herrenhausen/Veranstaltungen/Termine/F%C3%BChrungen/Feuerrallyes-und-Taschenlampentouren>

Auch die Gärten von Schloss Trauttmansdorff verfügen über eine große Angebotsvielfalt. „In der Gartensaison sind die Veranstaltungen der Gärten von Schloss Trauttmansdorff wichtiger Bestandteil des Meraner Veranstaltungsangebots. Einheimische wie Gäste schätzen den sonntäglichen Brunch auf der Sissi-Terrasse, die lauen Freitagabende am Seerosenteich oder die hochkarätig besetzten Konzerte der Gartennächte auf der Seebühne. Das Veranstaltungsprogramm wird durch jährlich wiederkehrende Thementage und durch exklusiv für die Gärten konzipierte Einzelveranstaltungen ergänzt.“²⁹⁶

Hier werden ebenfalls verschiedene Arten von Führungen angeboten. Diese dauern in der Regel 90 Minuten. Untenstehend sind die verschiedenen Preise zu den einzelnen Führungen angegeben. Für die Veranstaltungen in den Gärten müssen die Besucher Tickets erwerben. Die Veranstaltungen finden in der Gartensaison im Zeitraum von März bis November statt.

²⁹⁶ Die Gärten von Schloss Trauttmansdorff (o.J.): <https://www.trauttmansdorff.it/veranstaltungen.html>

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Abbildung 225: Führungen durch die Gärten Trauttmansdorff

| Art | Euro |
|--|--------------|
| Tägliche Gartenführung | 6,50 |
| Gruppenführung (ab 10 Personen) Anmeldung 3 Wochen im Voraus (DE-IT-EN-FR-ES) | 6,50 |
| Gruppenführung - 60 Min. (ab 10 Personen) Anmeldung 3 Wochen im Voraus (DE-IT-EN-FR-ES) | 4,50 |
| Freitagabendführung | 6,50 |
| Miete Dir Deine/n Gartenführer/in (individuelle Führung) | 65,00 |
| Familienführung (Kinder unter 18 Jahren kostenlos) | 8,00 |
| Verschiedene Themenführungen (ab 10 Personen – 60 Min./90 Min./120 Min.) Anmeldung mind. 3 Wochen im Voraus. Auf Anfrage | 5,50 - 10,50 |
| „Charmante Präsentation“ im Touriseum – 30 Min. (ab 10 Personen) Anmeldung 3 Wochen im Voraus | 3,50 |

Quelle: <https://www.trauttmansdorff.it/besuch-planen/allgemeine-besucherinformation/oeffnungszeiten-und-preise.html>

Denkbar wären für Schlossgärten in Blankenburg (Harz) Picknicks oder „Dinner in Weiß“ im Freien oder auch wiederkehrende Thementage. An diesen könnten die Gärten unter dem gewählten Motto in eine Erlebniswelt für den Besucher verwandelt werden.

Wichtig ist, dass alle Veranstaltungen und Führungen genau geplant werden. Nur so kann der Erfolg der Veranstaltungen garantiert werden. Ebenfalls wird dafür ein professioneller Internetauftritt benötigt. Auch muss überlegt werden, wie der Besucherstrom geleitet werden kann oder ob eine Begrenzung der Besucherzahl mittels Eintrittskarten benötigt wird.

Im Folgenden finden sich weitere Veranstaltungsvorschläge für die Schlossgärten Blankenburgs (Harz).

- Blütenfest
- Fest der Sinne
- Themenführungen
- Picknick im Grünen
- Autorenlesungen
- Barockfest
- Erlebnisstationen
- Jahreszeitenfeste
- Mondscheinführung
- Familienführungen
- Einzelführungen
- Führungen für Schulklassen
- Hochzeitsfeste
- Gartenrouten/Gartenrallyes
- Frühstücken am Prinzessinenturm
- Gartennächte
- Festivals
- Mitmachausstellungen/lebendige Ausstellungen
- Erlebnispakete „Gärten & Werte“
- Gartenkurse
- Theateraufführungen

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

9.1.2.7 *Schlussfolgerungen aus dem Konzept*

Was erreichen wir mit dem Konzept:

- Entwicklung der Schlösser und Gärten als Einheit bzw. als Gesamtensemble
- Schaffung eines Alleinstellungsmerkmals und damit Abgrenzung gegenüber anderen Harzstädten
- Neuinterpretation von Schlossgärten
- Gewünschte Aufbereitung der Geschichte Blankenburgs geschieht auf eine innovative Art und Weise → Geschichte wird direkt vor Ort erlebbar und die historische Bedeutung Blankenburgs (Harz) deutlich
- Der Schlosspark und die einzelnen Gärten werden in ihrer Gesamtheit touristisch erschlossen und entwickelt
- Ein Leitsystem für Besucher wird geschaffen und führt Besucher gezielt in alle Bereiche des Parks
- Ansprache unterschiedlichster Zielgruppen
- Die Verlässlichkeit des Besuchs der Ausstellungsbereiche ist gegeben (wäre bei einer Unterbringung der gesamten Ausstellung im Kleinen Schloss nur bedingt der Fall d.h. wenn keine Veranstaltungen im Saal oder Barockgarten stattfinden)
- Gärten können auch bei schlechterem Wetter erlebt werden, wir entzerren die Saison und reduzieren die Abhängigkeit von guten Wetterbedingungen
- Es werden Ruhe-Oasen und Rückzugsorte im Garten geschaffen. Dieser Bereich beruht auf der jüngeren Vergangenheit Blankenburgs (Harz) und führt eine Tradition weiter

Vorteile des Konzeptes:

- Beliebig erweiterbar (auch in die Stadt hinein)
 - Mobiles Konzept
 - Ausstellungsorte können beliebig versetzt, angeordnet und eingesetzt werden
 - Das Konzept ist in andere städtische Bereiche hinein erweiterbar
 - In den anderen Gärten
 - Vor anderen Sehenswürdigkeiten
 - In den Ortsteilen
 - In der Altstadt
 - Es kann sich wie ein roter Faden durch die gesamte Stadt Blankenburg am Harz ziehen und ein Leitsystem für die Besucher werden
 - Marketing: Die Container können auch auf Messen verwendet werden
-

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

- Rechtfertigt Eintrittsgelder für den Schlosspark und ermöglicht damit das Einspielen der Kosten für die Gartenpflege
 - Mobile Ausstellungsbereiche können in Veranstaltungen eingebunden werden (z.B. Lese-Tage oder Musik-Veranstaltungen)
 - Virtuelle Guides unterstützen das reale Erlebnis und ermöglichen die Ansprache internationaler Besucher mit geringerem personellem Aufwand
-

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

9.1.3 Gartentouristen: Zielgruppen und Zielmarkt

Die Zielgruppen der Gärten überschneiden sich mit den Kundensegmenten der Schlösser, da die Angebote der Gärten ähnlich ausgerichtet sind und somit auch als ergänzende Angebote zu den Schlössern gesehen werden können. Grundsätzlich kann gesagt werden, dass mit dem Konzept für die Gärten auch die Zielgruppen angesprochen werden, auf die die Angebote der Schlösser ausgerichtet sind. Hinzu kommt jedoch die Zielgruppe der Gartentouristen.

„Gartentourismus versteht sich als Tourismus, dessen geographische / thematische Ziele Gärten und Parks in ihrer ganzen Vielfalt sind. Gärten gelten als wichtige kulturelle Attraktionen einer Tourismusdestination.“²⁹⁷ „Was zeichnet Gärten und Parks aus? Sie sind durch den Menschen erschaffene und aus baulichen und pflanzlichen Elementen bestehende Räume. Die Vegetation (Bäume, Sträucher, Hecken, Blumen und Rasenflächen) sowie künstlerisch gestaltete Kleinarchitekturen (Brunnen, Statuen, Pavillons, Brücken etc.) sind Teile dieser Kultur-Natur-Landschaften. Gärten und Parks altern und verändern sich zusätzlich im Laufe der Jahreszeiten. Sie geben uns ein Zeitgefühl. In Zeiten künstlicher „Erlebnisswelten“ und einer allgemeinen Hektik bilden Gärten und Parks auch Orte der Ruhe und Rückzugsgebiete für viele Menschen.“²⁹⁸

Die Zielgruppenanalyse wird dabei in die Gruppe der Gartentouristen und die Gruppe der Besucher historischer Parkanlagen unterschieden. Zu Beginn der Zielgruppenanalyse werden zunächst die Gartentouristen betrachtet, da diese auch eine Relevanz für die anderen Gärten der Stadt Blankenburg (Harz) haben. Daran schließt sich die Analyse der Besucher historischer Parkanlagen an.

SOZIO-DEMOGRAFISCHE MERKMALE VON GARTENTOURISTEN

Besonders Personen im Alter von 30 bis 60 Jahren interessieren sich für Gärten und Parks. Zumeist befinden sich die Gärten dann in der Umgebung des Wohn- oder Urlaubsortes und lassen sich mittels eines Tagesausfluges besuchen. Die Besucher interessieren sich dabei an der Gartenkunst und dem Flair der Gärten. Sie möchten die Natur erleben, sich erholen, entspannen und spazieren gehen.

Die Typen der Gartenbesucher lassen sich nicht klar trennen, jedoch sind vier Haupttypen erkennbar. Diese sind in der untenstehenden Tabelle mit den jeweiligen Sozio-Demografischen Merkmalen beschrieben.

²⁹⁷ IMC Fachhochschule Krems (2013), S. 7

²⁹⁸ Vgl. ebd., S. 6

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Abbildung 226: Arten und Merkmale von Gartentouristen

| | | | |
|--|---|--|--|
| <p>„Der Garten – Tagesausflügler“ Diese regionalen Stammgäste wohnen im Umkreis von 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“ 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 • Hauptmotiv: neben ‚Spaziergehen‘ auch Vergnügen und Flair • Mit Freunden, Partner, Kindern • Interesse an erlebnisorientierten Zusatzleistungen z.B. Gondel- und Ballonfahrten, Picknicks, Rallys | | |
| <p>„Der Kulturinteressierte mit Garten-Stippvisite“ 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 Websites. 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 exotische Pflanzen. Er verfügt in der Regel über einen eigenen Garten und erhofft sich Inspiration und neue Ideen, sowie neuen 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, 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 zu Garten: gestalterisches Interesse, anspruchsvolle Gärten, neue Pflanzen |

Quelle: FUTOUR Tourismusberatung, Umsetzungs- und Nutzungskonzept zur Inwertsetzung der bayrischen Gärten und Parks (Kurzfassung), München, S. 24

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

MERKMALE DER BESUCHER VON HISTORISCHEN PARKANLAGEN

Grundsätzlich lassen sich Besucher von Garten- und Parkanlagen in Fokus Besucher historischer Parkanlagen in vier unterschiedliche Segmente unterteilen, wie die folgende Abbildung zeigt. Die Gärten und der Schlosspark in Blankenburg (Harz) hält Angebote für alle vier Besuchersegmente bereit und spricht somit die ganze Bandbreite dieser Zielgruppe an. Das Potenzial an Besuchern muss somit nicht auf eine Gruppe beschränkt werden.

Abbildung 227: Besuchersegmente und Zielgruppen historischer Parkanlagen

| | |
|---|--|
| <p style="text-align: center;">Stammkunden (27 %)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besuch historischer Anlagen als Erlebnis mit Freunden und Kindern • Interesse an künstlichen Darbietungen als auch Produkten für den Garten • Besuchen historische Anlagen oft bis gelegentlich | <p style="text-align: center;">Kulturbesucher (34 %)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Großes Interesse an Kunst und Geschichte, weniger erlebnisorientiert • Zusatzinteresse an klassischen Konzerten und Theateraufführungen • Besuchen historische Anlagen oft bis gelegentlich • Eher fortgeschrittenen Alters und männlich, oft aus Städten |
| <p style="text-align: center;">Naturliebhaber (19 %)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wichtigste Motive sind Erholung und das Naturerlebnis • Sehr geringes Interesse an Zusatzangeboten wie Konzerten oder Theateraufführungen • Besuchen historische Anlagen gelegentlich bis selten • Mittleres Alter | <p style="text-align: center;">Erlebnisorientierte (20 %)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besuchen historische Anlagen nur, wenn es noch andere Freizeitangebote gibt • Sind an den Zusatzangeboten Cafés und Picknicks interessiert • Besuchen historische Anlagen gelegentlich bis selten • Ein großer Anteil unter 25-Jähriger |

Quelle: IMC Fachhochschule Krems (2013), S. 23

RELEVANTE MERKMALE BEI GARTENTOURISTEN

| | |
|-----------------|--|
| Aktivitäten | Spaziergänge, Nutzung der Freizeitangebote und kultureller Leistungen der Nähe |
| Altersgruppen | Besucher jeden Alters sind vertreten |
| Aufenthalt | Gartentouristen machen überwiegend Tagesreisen |
| Reisebegleitung | Partner, Freunde, Kinder |
| Motive | Erholung, Entspannung, Erlebnisorientierung |
| Qualität | Erlebte Qualität wird sehr hoch bewertet |
| Nachhaltigkeit | Interesse an Gärten, Pflanzen und deren Gestaltung |

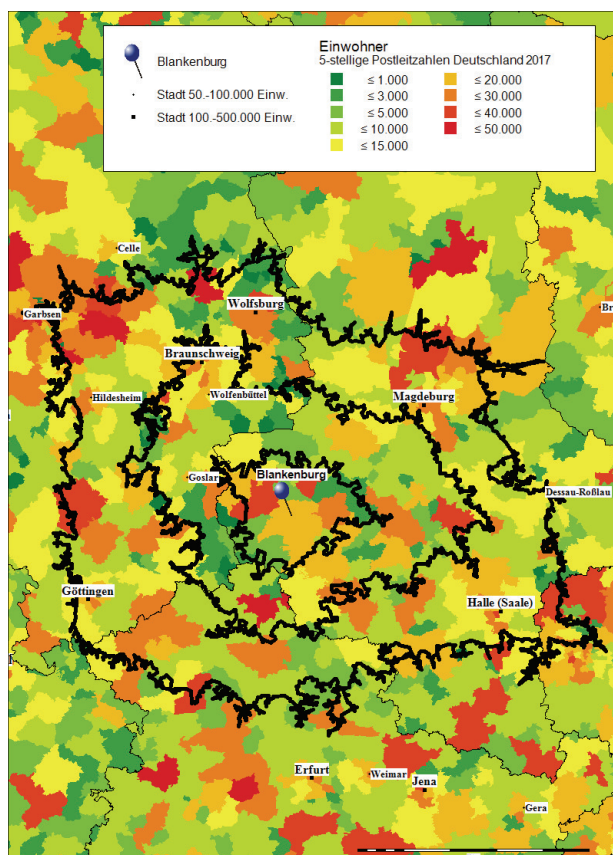
Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Zielmarkt

Der Zielmarkt der Schlossgärten überschneidet sich mit den Zielmärkten des Großen und Kleinen Schlosses. Die Gruppen der Besucher der Schlossgärten beinhaltet die Kulturtouristen, die Naturtouristen, die Erlebnisorientierten und die Stammkunden. Ein weiteres wesentliches Merkmal der Besucher von Gärten ist, dass sie meist Tagesausflüge unternehmen. Da Gartentouristen an vielfältigen kulturellen und aktivtouristischen Angeboten interessiert sind, werden auch die Angebote der Schlösser durch diese Zielgruppe nachgefragt werden. Ebenso werden auch die Besucher der Schlösser die Angebote der Schlossgärten in Anspruch nehmen.

Die folgende Abbildung zeigt die Einwohnerpotenziale im relevanten Einzugsgebiet für die Stadt Blankenburg (Harz) und damit den Zielmarkt der Schlösser und Gärten. Dabei ist das Einzugsgebiet in drei Isochrone unterteilt. Isochrone definieren die Zeit, die ein durchschnittlich schnell fahrendes Auto benötigt, um das Ziel in einer bestimmten Zeit zu erreichen. Die Isochrone der nachfolgenden Abbildung beschreiben einen Anfahrtsweg nach Blankenburg (Harz) von 30, 60 und 90 Minuten.

Abbildung 228: Einwohnerpotenziale im relevanten Einzugsgebiet rund um Blankenburg (Harz)



Quelle: Eigene Darstellung mit Geoinformationssoftware RegioGraph (2018)

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Potenzial der Gartenbesucher

Aus bisherigen Studien zum Thema Gartentourismus lässt sich entnehmen, dass in Deutschland im Durchschnitt 1,8 Besuche von Gärten in 5 Jahren pro Person (ab 14 Jahren) stattfinden. Damit finden 0,36 jährliche Besuche pro Person im Jahr statt. 92 % der potenziellen Besucher sind bereit mehr als eine Stunde Anfahrtszeit für den Besuch eines historischen Gartens im Rahmen einer Tagesreise in Kauf zu nehmen. Allerdings kämpfen Gärten meist mit einem geringen Bekanntheitsgrad. Als Beispiel sei hier das Gartenreich Dessau-Wörlitz genannt, welches nur einen Bekanntheitsgrad von 25 % bei der Bevölkerung über 14 Jahren erreicht.²⁹⁹

Die Besucherzahlen für die Schlossgärten in Blankenburg (Harz) werden aktuell auf 23.000 bis 24.000 Besucher im Jahr geschätzt.

Das Potenzial liegt weitaus höher. Wie bereits erwähnt, besucht jeder Deutsche rund 0,36 Mal im Jahr einen Garten. Dabei fahren ca. 92 % mehr als eine Stunde um den Garten zu erreichen. Im Umkreis von einer Stunde Fahrtzeit vom Schloss Blankenburg aus leben 1,3 Mio. Menschen. 92 % dieser ergeben 1.196.000. Von diesen sind die Gärten- und Parkanlagen auf Grundlage vergleichbarer Werte bei ca. einem Viertel dieser Bevölkerungsgruppe bekannt. Dies macht ein Potenzial von 299.000 Personen aus. Multipliziert mit dem Faktor von 0,36 ergibt sich für die Gärten in Blankenburg (Harz) ein Besucherpotenzial von 107.640 Gästen pro Jahr. Das wären 295 Besucher pro Tag.

Mit der Umsetzung des touristischen Entwicklungskonzeptes wird von einer Steigerung der Besucherzahlen ausgegangen. Derzeit besuchen derzeit im Durchschnitt ca. 65 Personen pro Tag die Gärten. Das sind 22 % des errechneten Besucherpotenzials. Mit der Entwicklung der Angebote und der Umsetzung einer entsprechenden Marketingstrategie wird in den ersten Jahren mit einer Steigerung auf 40 % des Besucherpotenzials ausgegangen. Das sind 43.056 Besucher pro Jahr bzw. 118 am Tag. In den darauffolgenden Jahren wird zunächst mit einer Steigerung der Besucherzahlen um weitere 10 % ausgegangen. Wünschenswert wäre die Erreichung des gesamten Besucherpotenzials nach 6 Jahren.

Gewiss werden die Besucher nicht nur aus der Umgebung Blankenburgs (Harz) kommen. Auch die Einwohner werden vermehrt die Schlossgärten besuchen, wenn die Attraktivität der Gartenanlagen gesteigert wird. In Blankenburg (Harz) leben ca. 20.200 Einwohner. Da jeder dritte Deutsche einmal im Jahr einen Garten besucht, hat die Stadt Blankenburg (Harz) ca. 6.700 potenzielle Besucher der Schlossgärten.

²⁹⁹ IMC Fachhochschule Krems (2013), S. 17

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

9.1.4 Äußeres Umfeld

Die Betrachtung des äußeren Umfeldes im Rahmen des Nutzungskonzeptes für das Kleine Schloss Blankenburg dient der Einschätzung und Bewertung relevanter touristischer Trends. Die grundlegenden touristischen Nachfrageentwicklungen werden aus den aktuellen Reisepräferenzen und dem Reiseverhalten der Kunden abgeleitet. In Kombination mit gesamtgesellschaftlichen Entwicklungen ergeben sich hieraus Trendentwicklungen, welche bei der Gestaltung des künftigen Angebotes des Kleinen Schlosses berücksichtigt werden müssen, um das gesamte Nutzungskonzept dauerhaft zukunftsfähig zu gestalten.

Dabei gilt es das Nachfrageverhalten stets differenziert zu betrachten, da es nicht den „typischen“ Nachfrager gibt. Oft können zwar grundlegende Gruppierungen festgelegt werden, jedoch gilt es heute mehr denn je die Individualität des Kunden bis hin zu hybriden Verhaltensweisen bei der Produktentwicklung und dem Marketing zu berücksichtigen bzw. einzukalkulieren. Daher kann man die Besucher speziell über ihre Lebenssituation und weniger über ihre soziodemografischen Daten einordnen. Nachfolgend werden relevante Nachfragetrends mit jeweils beispielhaften Produktgestaltungshinweise in Bezug auf die Schlossgärten aufgeführt.

Trend: Individueller

Heutzutage orientiert sich die Gesellschaft und die Lebensstile der Menschen immer weniger an fest definierten Grundrastern, sondern viel mehr an individuellen Lebens- und Verhaltensweisen. Durch den gesteigerten Wohlstand und ein Informationsvorsprung der Gesellschaft, erhöhen sich die Wahlmöglichkeiten eines jeden Einzelnen. Daraus resultiert, dass die zu schaffenden Angebote immer komplexer gestaltet werden müssen, da das Bedürfnis der Nachfrager steigt und sie sich die Angebote aus vielen Optionen individuell zusammen stellen zu können.

Folglich ist die Komplexität die Kehrseite der Individualität. Dies wird zunehmend durch das Internet verstärkt. Der Kunde kann sich über verschiedene Plattformen und Kanäle über Reiseangebote informieren. Somit erfordert diese Entwicklung Services und Konzepte, welche dem Kunden im Dschungel von Entscheidungsmöglichkeiten als Wegweiser dienen. Das bedeutet nicht, dass es stets mehr Service sein muss, sondern dass die Hilfestellungen zur richtigen Zeit am richtigen Ort gegeben werden müssen, damit sich die Kunden gut zurechtfinden und für das entsprechende Angebot entscheiden. Der Trend Individualität sollte bei den zukünftigen Konzepten für die Schlossgärten besondere Beachtung finden.³⁰⁰

³⁰⁰ Vgl. Zukunftsinstitut GmbH (Hg.) (2011a)

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Trend: Entschleunigter

In der heutigen Zeit unterliegt unsere Gesellschaft einer starken Beschleunigung, wobei die ständige Erreichbarkeit, aktive Freizeitgestaltung, das Reisen und die generelle Mobilität zu den wichtigsten Treibern dieser Entwicklung gehören und zu einer verkürzten Zeitwahrnehmung führen. Durch diese Entwicklungen, die viele Menschen eher als negative Faktoren empfinden, suchen die meisten Menschen nach einem Ausgleich bzw. der Möglichkeit zur Entschleunigung und zur Konzentration auf das Wesentliche.³⁰¹

Es ist wichtig, dass es im touristischen Kontext Angebote gibt, welche es den Reisenden ermöglichen zur Ruhe zu kommen, sie sich entspannen können und vom stressigen Alltag abschalten können. Hierzu gehört z.B., dass eine ständige Rund-um-die-Uhr-Erreichbarkeit über das Mobiltelefon nicht gegeben ist, z.B. im Sinne einer persönlichen Fastenzeit und einer Konzentration auf das Selbst und das Innere reduziert wird.³⁰² Diesem Trend folgend, bieten die Schlossgärten in Blankenburg (Harz) vielversprechende Potenziale, wie Abgeschiedenheit, Weitläufigkeit und Naturnähe. Diese Gegebenheiten sollten bei einer Entwicklungskonzeption einfließen.

Bundesweit wurden von dem Münchener Institut für lösungsorientiertes Denken, 201 „59,2 Mio. Arbeitsunfähigkeitstage aufgrund psychischer Erkrankungen registriert. Das ist ein Anstieg um mehr als 80 Prozent in den letzten 15 Jahren.“³⁰³ Daher ist es ebenso denkbar, entschleunigte Urlaubsangebote für Personen mit diagnostizierten stressbedingten, psychischen Erkrankungen, wie Burn-Out und Depressionen zu schaffen.

Trend: Zunehmendes Gesundheitsbewusstsein

Die Lebenseinstellungen, auch im Urlaub, sind durch ein zunehmendes Gesundheitsbewusstsein der Menschen geprägt. Gesundheit ist der Megatrend der Zukunft und gesund leben ein weit verbreitetes Phänomen geworden.³⁰⁴ Hierbei geht es nicht immer nur um die Abwesenheit von Krankheiten, sondern vielmehr um ein Bewusstsein für die Balance der individuellen Lebensenergie und die Lebensbereiche Bewegung, Ernährung und Entspannung.³⁰⁵

³⁰¹ Vgl. Zukunftsinstitut GmbH (Hg.) (2011a), S. 40f.

³⁰² Vgl. Zukunftsinstitut GmbH (Hg.) (2011a), S. 41; Wehmeyer, J. (2015), www.wuh.de

³⁰³ MILD (2012), www.muenchener-institut.de

³⁰⁴ Vgl. AltaMediNet GmbH (o.J.): <http://www.naturheilmagazin.de/natuerlich-leben/ernaehrung/ernaehrungstrends.html>

³⁰⁵ Vgl. AltaMediNet GmbH (o.J.): <http://www.naturheilmagazin.de/natuerlich-leben/ernaehrung/ernaehrungstrends.html>

Nutzungskonzept Schlossgärten Blankenburg

Somit spielt das Segment des Gesundheitstourismus eine immer wichtiger werdende Rolle und demnach sollten touristische Angebote mit einem entsprechenden Fokus auf das Thema Gesundheit gehend entwickelt werden. Ein wesentlicher Treiber dieses Trends ist, dass die Menschen zunehmend in Großstädten leben und somit tagtäglich Lärm, Abgasen und einem stressigen Alltag ausgesetzt sind. Um hier einen Kontrast zum Alltag zu finden, wird bei der Reiseplanung besonderes ein Augenmerk auf Erlebnisse und Ausgleiche in der Natur gelegt, welche mit Bewegung und zugleich Entspannung verbunden sein sollten. Ebenso spielt das Gemeinschaftsgefühl, also die soziale Komponente, eine große Rolle für die Menschen, welches sich positiv auf das Wohlbefinden auswirkt.³⁰⁶ Das stetig wachsende Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung steht in engem Zusammenhang mit der Ernährung. Hierbei ist z.B. die Gesundheit wichtiger als der Geschmack, Bio-Lebensmittel spielen eine immer größere Rolle und der Fleischkonsum erlebt einen leichten Rückgang.³⁰⁷ Diese Trends haben Auswirkungen auf den gastronomischen Bereich. So sind z.B. regionale Spezialitäten sehr gefragt. Zudem gewinnen Design- und Eventgastronomie, ebenso wie die tiefergehende Spezialisierung der Restaurants immer mehr an Bedeutung.

Trend: Erlebnisorientierter

Der Trend Erlebnisorientierter steht in sehr engem Verhältnis zu dem Wunsch nach Individualität. Beides ähnelt sich bei den Vorlieben der Reisenden, es geht um die Schaffung eines erlebnisreichen und individuellen Urlaubes. Bei einer großen Gruppe von Menschen ist der Drang nach höher, weiter, tiefer und schneller sehr hoch, der Wunsch hierbei nach unvergesslichen Erlebnissen ist riesig und das Internet bietet dahingehend ein zahlreiches Angebot zu Inspirationen. Die Menschen werden darüber tagtäglich über Social Media-Plattformen oder auch Plattformen wie Pinterest konfrontiert.³⁰⁸

Folgende Produktgestaltungshinweise für den Trend „Erlebnisorientierter“ kann man für die Schlossgärten berücksichtigen:

- Angebot von Erlebnisführungen, wie Kostümführungen, Nachtwanderungen oder Taschenlampenführungen durch die Gärten
- Vermarktung von Schau-/ Drehplätzen von Filmen, Games, Büchern etc. besonders wenn eine Außenkulisse benötigt wird
- Nutzung der Umgebung von Blankenburg: bspw. Erlebnispaket „Nordic Walking“ und am Abend Mondscheinführung in den Gärten

³⁰⁶ Vgl. <http://www.wuh.de/blog/allgemein/tourismusmarketing-die-megatrends-2015>

³⁰⁷ Vgl. Techniker Krankenkasse (Hg.) (2017), www.tk.de

³⁰⁸ Vgl. SMG Trendforschung (O.J.), www.smg.bz.it
