

Fachexkursion der Gärten Niederösterreichs Südwest-England – What to do on a rainy day?



Pantheon des Gartens Stourhead

Credit: conos gmbh

Fotograf: Christoph Harlander, BA



Torhaus vom Herrenhaus Lanhydrock

Credit: conos gmbh

Fotograf: Christoph Harlander, BA



DI Gerhard Weber, Franz Gruber, MSc, Mag. Susanne Kraus-Winkler, Reinhard Kittenberger

Credit: conos gmbh

Fotograf: Christoph Harlander, BA

Wien (TP/OTS) - Unter dem Motto „What to do on a rainy day?“ führte die diesjährige Fachexkursion der Gärten Niederösterreichs mit fachtouristischer Begleitung durch Mag. Arnold Oberacher und Christoph Harlander, BA in den Südwesten Englands. Besucht wurden die vier Garten-Attraktionen:

~

- Stourhead Gardens mit dem typisch weitläufigen, englischen Landschaftsgarten
- Der „botanische Freizeitpark“ Eden Project
- Die Lost Gardens of Heligan mit dem Höhepunkt „The Jungle“
- Das Herrenhaus Lanhydrock mit seinem viktorianischen Garten

~

Für die Teilnehmer interessant war, neben der Gartenkunst, vor allem die Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen Organisationsstrukturen sowie die Einblicke in die vielfältigen thematischen und touristischen Aufbereitungen der Attraktionen. Während Lanhydrock und Stourhead dem britischen National Trust zugeordnet sind, obliegt die Führung des Eden Projects einer Charity Organisation. Ein privates Konstrukt aus Eigentümer und Betreiber ist für die Erhaltung und Bewirtschaftung der Lost Gardens of Heligan verantwortlich.

Hinsichtlich der thematischen und touristischen Inszenierung konnte ebenfalls eine ausgedehnte Bandbreite beobachtet werden. Die Positionierungen reichen von der klassischen Erlebnis-Freizeitattraktion bis hin zum Schaugarten ohne besondere Inszenierungen. Die Besonderheit der klassischen Freizeitattraktion liegt besonders in der breitenwirksamen Zielgruppenansprache. Diese erfolgt durch eine gezielte Kombination aus unterschiedlichen touristischen Highlights und einer durchgängigen Story. So wird für fast jede Zielgruppe zumindest ein Highlight in den Ausflugszielen sichergestellt. Die Höhepunkte reichen vom Indoor-Kleinkinderspielplatz über Abenteuertrails / Canopy Walk bis hin zur Zip Line und zu Konzerten mit internationalen Rock- & Pop Stars. Neben der Positionierung als Freizeitattraktion, wird der Fokus in anderen Gärten (insbesondere Heligan) auf den Garten-Besucher gelegt. Durch dezentere Themen und Story-orientierte Attraktionen versucht man zusätzlich den Zielgruppenfokus zu erweitern. Die Gärten von Lanhydrock verfügen beispielsweise über kaum bis keine Aufbereitungen und sind somit primär für Botanik-Interessierte relevant.

Das Hauptziel, Wissen und neue Ideen mit nach Hause zu nehmen, wurde erfolgreich erreicht. Nachstehend ein Auszug:

~

- Die unterschiedlichen Motive, Themen und Stories der Ausflugsziele und ihre Wirkung bzw. ihre Anziehungskraft (botanische Spezialität vs. unterhaltsames Freizeitangebot).
- Die Bedeutung der ständigen Weiterentwicklung der Themen bzw. der Stories für eine kontinuierliche bzw. sich steigernde Besucheranzahl. Einerseits durch verschiedene Umsetzungen und andererseits durch die Spür- und Sichtbarkeit der Story.
- Gerade beim Eden Project und bei den Lost Gardens kann die

stagnierende Besucherzahl auf die fehlenden bzw. schwachen neuen Erweiterungen zurückgeführt werden. Es braucht ab und zu mehr als nur einfachere Ergänzungen, wie einen Canopy Walk (Hängebrücke), um touristisch stark attraktiv zu bleiben.

- Die unterschiedlichen (oftmals trivialen) Aufbereitungen und Vermittlungstechniken, die gezeigt haben, dass auch Besuche ohne Führung spannend und lehrreich sein können.
- Die Herausforderung „Rainy Day“ und der Bedarf an Alternativen sind in England nicht stark vorhanden und im Vergleich zu Niederösterreich teilweise der Urlauberzielgruppe geschuldet.
- Eine differenzierte Ansicht bei der Preispolitik, nämlich weg von „Wie kann ich beim Besuch möglichst viel Geld sparen?“ hinzu „Wie kann ich mit meinem Besuch etwas Gutes tun?“. Der Fokus wird auf den Charity- bzw. Gemeinwohl-Gedanken gelegt und dem Gast ein Gefühl vermittelt, mit dem Besuch etwas Gutes (gesellschaftlich, sozial, kulturhistorisch etc.) geleistet zu haben. Umgesetzt wird dies in unterschiedlichen Formen, wie etwa beim Eintritt, Spenden für die Zukunft, Mitglieder („Freunde der Gärten“) bzw. ideelle Unterstützer einer Idee werden und durch Volunteering.

~

Die Teilnehmer konnten diese und viele neue Ideen bzw. Lerneffekte aus der Tour erzielen, die sie auch für den eigenen Betrieb erfolgreich nutzen können.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

conos gmbh
Christina Bamberger
Tel.: +43 (0)732 21 6000
presse@conos.co.at
<http://www.conos.co.at>

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/4650/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0008 2016-07-07/08:00

070800 Jul 16

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20160707_OTS0008