

Beschlussdrucksache Nr.

II 1124/2006

Beratungsfolge:			Beschluss		Abstimmung		
	Sitzung am	TOP	lt. Vor-schlag	abweichend	Ja	Nein	Ent-haltung
Ausschuss für Umwelt und Naherholung	25.01.2007						
Regionsausschuss	06.03.2007						
Regionsversammlung	13.03.2007						

Gartenregion Hannover
Rahmenkonzept für die Durchführung des Gartenjahres 2009 - Entwurf

Beschlussvorschlag:

Die Verwaltung wird beauftragt, der weiteren Vorbereitung des Projektes „Gartenregion Hannover 2009“ das beigefügte Rahmenkonzept zu Grunde zu legen, die vorgeschlagenen Arbeitsstrukturen zu etablieren und dem Ausschuss für Umwelt und Naherholung laufend über den Fortgang der Arbeiten zu berichten. Die im Rahmenkonzept enthaltenen weitgehend auf Schätzungen basierende Finanzplanung ist nach Auswahl geeigneter Projektbausteine im Laufe des Jahres 2008 mit konkreten Kalkulationen zu unterlegen.

Für die Besetzung des Beirats mit Mitgliedern aus dem Bereich "Politik" werden für die Region Hannover

Frau/Herr _____

Frau/Herr _____

Frau/Herr _____

benannt.

Begründung zur Beschlusssache II 1124/2006:

Die Regionsversammlung der vorherigen Legislaturperiode hat in ihrer Sitzung am 23. Mai 2006 folgenden Beschluss gefasst (Auszug aus der Niederschrift):

- Die Verwaltung wird mit der Vorbereitung und Durchführung des regionalen Netzwerkprojektes „Gartenregion Hannover“ für das Jahr 2009 beauftragt.
- Das Projekt soll nationale Attraktivität und Ausstrahlungskraft aufweisen und ist auf der Grundlage der in der Machbarkeitsstudie zur „Gartenregion Hannover 2008“ der NORD/LB benannten Empfehlungen mit einem Umfang der Organisationskosten von ca. 3,4 Mio. € in den Haushaltsjahren 2007-2009 zu veranschlagen.
- Die Verwaltung wird beauftragt, das zur Aufwertung und Qualifizierung der einzubeziehenden Gartenstandorte geschätzte Investitionsvolumen für die Beratung des Haushaltsentwurfes 2007 zu ermitteln.

Gemäß dem oben beschriebenen Auftrag hat die Verwaltung ein Rahmenkonzept erarbeitet, das die Grundlage für die weitere Gestaltung des Gartenprojektes bilden soll. Dieser Entwurf ist als Anlage beigefügt und beinhaltet die wesentlichen inhaltlichen Informationen über das Vorhaben im Jahr 2009 sowie die strategische Ausrichtung und – soweit möglich – Angaben zu finanziellen Auswirkungen. Wie in der Einführung (Kapitel 1) dargelegt, basiert das Konzept auf dem derzeitigen Erkenntnis- und Wissensstand und leitet daraus Ziele und Maßnahmen ab. Der Entwurf des Rahmenkonzeptes ist in zwei eigenständige Teile gegliedert:

- Teil 1 besteht aus dem in der Anlage beigefügten Konzept und seinen zehn Kapiteln.
- Teil 2 ist als „Anhang“ der Informationsvorlage II 1125/2006 beigefügt worden. In diesem Papier sind die Anmeldungen der regionsangehörigen Kommunen, die des 2. Rings sowie weiterer potentieller Projektpartner und eigene Vorschläge der Regionsverwaltung aufgelistet.

Beide Konzeptteile sind im Zusammenhang zu sehen und zu verstehen. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf das Kapitel 10 „Auswahl aus den Anmeldungen“, das nur grundsätzliche Aussagen zum Auswahlverfahren enthält. Für die Aufbereitung, die sehr sorgfältig und umfassend erfolgen muss und daher zeitaufwändig ist, sind zum einen weitere detailliertere Informationen zu den Maßnahmen, Veranstaltungen etc. erforderlich und zum anderen auch die fachliche Unterstützung des noch zu gründenden Beirates (siehe auch Kapitel 7.2 und Anlage 2).

Anlage

Rahmenkonzept für die Durchführung des Gartenjahres 2009 Entwurf

Region Hannover
Dezernat III
Hannover im Dezember 2006

Gliederung

- 1. Einführung**
- 2. Projekt Gartenregion Hannover**
- 3. Die fünf wesentlichen Ziele des Projektes**
- 4. Die vorhandenen Potenziale**
 - 4.1 Die Kulturlandschaft
 - 4.2 Die öffentlichen Gärten, Parks und Grünanlagen
 - 4.3 Das private Grün
 - 4.4 Besondere Orte
 - 4.5 Kultureinrichtungen
 - 4.6 Ausbildungseinrichtungen und Forschungsstätten
 - 4.7 Infrastruktur
- 5. Aufwertungen der Potenziale**
- 6. Vermittlung, Inszenierung, Bespielung**
- 7. Durchführung**
 - 7.1 Projektbeteiligte/Projektpartner
 - 7.2 Projektorganisation
 - 7.3 Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
- 8. Finanzplanung**
 - 8.1 Investive Maßnahmen in den öffentlichen und privaten Grünanlagen der regionsangehörigen Kommunen (Förderung durch die Region Hannover)
 - 8.2 Veranstaltungen (Förderung durch die Region Hannover)
 - 8.3 Projektbüro
 - 8.4 Externe Organisationsunterstützung
 - 8.5 Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
- 9. Zeitplan für die Umsetzung der einzelnen Bausteine/Schritte**
- 10. Auswahl aus den Anmeldungen**
 - 10.1 Standorte aus den regionsangehörigen Kommunen
 - 10.2 Veranstaltungen der regionsangehörigen Kommunen
 - 10.3 Standorte aus den Kommunen des 2. Ringes
 - 10.4 Veranstaltungen der Kommunen des 2. Ringes
 - 10.5 Vorhaben sonstiger Projektpartner

Anlage 1 Öffentliche Gärten und Parks: Ensembles

Anlage 2 Vorschlagsliste für die Besetzung des Beirates

Anlage 3 Haushaltsanmeldungen 2007

Anlage 4 Übersicht über Gesamt-Einnahmen (Machbarkeitsstudie der NORD/LB)

1. Einführung

Das vorliegende Konzept bildet den Rahmen für die inhaltliche, räumliche und finanzielle Ausrichtung des Projektes Gartenregion Hannover und dient als Handlungsanleitung für die Vorbereitung und die Durchführung. Da es sich bei dem Projekt auch um einen Prozess mit einem besonderen Zeitfenster - dem Gartenjahr 2009 - handelt, versteht sich dieses Papier als Leitlinie, die Eckwerte und -daten festlegt, aber Handlungsspielräume offen hält, um flexibel zu bleiben und Anpassungen, Veränderungen, Korrekturen und Verfeinerungen zuzulassen und ihnen Raum zu geben. Das Konzept dokumentiert den derzeitigen Erkenntnis- und Wissensstand und die sich darauf gründenden Aussagen und Entwicklungsziele.

2. Projekt Gartenregion Hannover

Die Idee: „Wo deine Gaben liegen, da liegen deine Aufgaben!“

Die Region Hannover besitzt ein Gartenpotenzial, das sich durch eine große Vielfalt und eine hohe Qualität auszeichnet und das sich – im Zusammenspiel mit Überschaubarkeit und Erreichbarkeit – im Vergleich zu ähnlichen Angeboten in anderen Ballungsräumen als Besonderheit darstellt. Gut verteilt auf das Regionsgebiet präsentieren sich die Gärten, Parks und Landschaften wie auf einem blattförmigen Tableau und ergänzen bzw. mischen sich zu einem Kulturlandschaftsbild mit eigener Note. Die Region verdankt dieses Grünpotenzial einer langen Gartentradition und dem damit verbundenen privaten und öffentlichen Engagement. So hat nicht zuletzt die Gründung des Verbandes Großraum Hannover im Jahr 1963 als regionale Instanz, die unter anderem auch für die Entwicklung und Förderung der regionalen Erholungseinrichtungen zuständig war, dazu beigetragen, die Garten- und Landschaftspotenziale gezielt und grenzübergreifend zu gestalten. Diese Aufgabe ist 2001 an die Region Hannover übergegangen. Auch ist durch die Weltausstellung EXPO 2000 und das Leitthema „Stadt und Region als Garten“ der Boden bereits vorbereitet für die besondere Rolle, die das Grün hier zukünftig spielen kann. Es liegt somit auf der Hand, mit diesem gemeinsam geschaffenen Pfund zu wuchern und das Vernetzungsprojekt „Gartenregion Hannover“ als ein anschauliches und kommunikatives Vorzeigeprodukt ins Leben zu rufen – zur Identitätsstiftung, zur Entwicklung eines „Wir-Gefühles“ und zur positiven Imagebildung mit externer Ausstrahlungskraft.

Der Begriff „Garten“:

Seit es den Menschen gibt, gibt es den Garten. Der Garten steht einerseits als Symbol für Hoffnung, für Glückseligkeit, für den friedlichen und harmonischen Umgang mit der Natur. Andererseits ist der Garten auch ein realer Ort, in dem der Mensch sich betätigen kann, den er gestalten kann, den er allein und mit anderen genießen kann. Den Begriff Garten gibt es in allen Religionen und Kulturen, er ist allgemein verständlich, leicht kommunizierbar und dennoch gleichwohl vielschichtig. Diese Vielschichtigkeit – vom puren Genuss zur philosophischen Betrachtung und letztlich bis zum dauerhaften „Gartendenken“ – soll sich in dem Vernetzungsprojekt „Gartenregion Hannover“ wiederfinden und es bezieht daher alle Formen und Aussagen zum Thema Grün mit ein.

Der Begriff „Gartenregion“:

Der Begriff dient als formale Überschrift und versteht sich als Fortentwicklung und komprimierte Form des oben bereits erwähnten Leitthemas zur Weltausstellung EXPO 2000 „Stadt und Region als Garten“.

3. Die fünf wesentlichen Ziele des Projektes

Mit der Durchführung des Projektes „Gartenregion Hannover“ im Jahr 2009 sollen vorrangig die folgenden Ziele realisiert werden:

- **Ziel 1: Die vorhandenen Gartenqualitäten stärken!** Obwohl viele der hier lebenden Menschen die reiche Gartenlandschaft nicht bewusst wahrnehmen, ist sie dennoch ein wesentlicher Grund für ihre Zufriedenheit mit dem Lebensraum. Darüber hinaus ist sie aber auch ein Alleinstellungsmerkmal, das Hannover gegenüber anderen Regionen als Gartenregion auszeichnet. Diese vorhandene Stärke soll genutzt und ausgebaut werden. Dabei geht es beim öffentlichen Grün vorrangig um zwei Absichten: zum einen soll der „Leuchtturm“ Herrenhäuser Gärten strahlen und als Magnet wirken, zum anderen aber soll den vielen weiteren schönen und interessanten Anlagen in der Region mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden und sie sollen die ihnen zustehende Anerkennung und Aufwertung erhalten. Der private Bereich soll ermuntert und un-

terstützt werden, bestehende Gartenkultur hochzuhalten, Verschollenes wieder sichtbar zu machen und Neues zu wagen.

- **Ziel 2: Regionale Identität stiften!** Eine große Anzahl von Einwohnerinnen und Einwohnern in der Region Hannover weiß bisher noch nicht genau, was sich hinter dem Begriff Region Hannover verbirgt und welche Aufgaben diese Institution für sie wahrnimmt. Die hier lebenden Menschen sehen sich in der Regel als Barsinghäuser, Ützeraner oder Lindener – und dort liegen auch ihre Interessen – und weniger als Mitglied eines besonderen Raumes, der sich von Neustadt im Norden bis Springe im Süden erstreckt und zu dem unter anderem das Steinhuder Meer und der Deister gehören. Aber es gibt in der Region Hannover Ansätze eines gut und durchgängig ausgeprägten Gartenbewusstseins, auf denen sich aufbauen lässt. Viele verbinden mit Garten gleichzeitig Kultur und es bieten sich daher eine breite Palette an Möglichkeiten, Gartenorte mit Theater, Musik und Literatur zu verknüpfen. Zahlreiche bereits praktizierte Beispiele in allen 21 Kommunen belegen dies. Das für 2009 ausgerufenen Gartenjahr mit seinen Angeboten in allen Teilen der Region wird von vielen getragen werden und wird zudem viele ansprechen, die sich dann auf den Weg machen, um ihre Region zu erkunden. Die gemeinsamen Erlebnisse, das Genießen der regionalen Besonderheiten und das Kommunizieren hierüber werden das Wir-Gefühl stärken und zur Identifikation mit diesem Raum beitragen.
- **Ziel 3: Gäste von außen gewinnen!** Der Städtetourismus, die Kultur- und Gartenreisen sind Wachstumsbranchen, Kurzurlaube werden immer beliebter. Auch die touristischen Organisationen und die bedeutenden Gartenanlagen in der Region Hannover bemühen sich zunehmend um Gäste, die sich für diese Themen interessieren. Aufbauend auf den bereits bestehenden Strukturen und Potenzialen kann über das Projekt – gerade im Jahr 2009 – ein vielfältiges und qualitativ hochwertiges Angebot offeriert werden, mit dem gezielt geworben und die Attraktivität der Destination „Gartenregion Hannover“ dauerhaft erhöht werden kann. Diese Ausstrahlung nach außen kann jedoch nur erfolgreich sein, wenn die Einwohnerinnen und Einwohner der Region sich begeistern lassen, das Anliegen zu ihrem eigenen machen, die Begeisterung

nach außen tragen und sich in der Rolle der Gastgeberin bzw. des Gastgebers wohlfühlen.

- **Ziel 4: Positionierung im Wettbewerb mit anderen Regionen!** Die Region Hannover steht im Wettbewerb mit anderen Regionen und muss sich daher als Wohn- und Wirtschaftsstandort behaupten und profilieren. Die vorhandene Gartenqualität, das breitgefächerte Angebot an Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten, in Verbindung mit Kultur und kurzen Wegen, kann hierzu einen Beitrag leisten. Entscheidend ist, dass positive Imagesignale gesendet werden, so dass auch Nichthannoveraner von der Lebensqualität überzeugt und neugierig werden. Das Gartenjahr 2009, das keine Vorbilder hat und daher Neuland bedeutet, kann somit mit erhöhter Aufmerksamkeit rechnen.
- **Ziel 5: Gartenfreundinnen und Gartenfreunde gewinnen!** Die dauerhafte Verankerung und Wertschätzung der regionalen Gartenkultur im privaten und öffentlichen Bewusstsein kann nur gelingen, wenn ein gut funktionierendes Netzwerk von Gartenfreundinnen und Gartenfreunden aufgebaut wird, als Plattform für Austausch, Information, Unterstützung/Hilfe, Weiterbildung, Beratung, gemeinsame Aktionen etc. Gerade in Zeiten knapper öffentlicher Kassen sind die kommunalen Fachverwaltungen darauf angewiesen, von einer Regionsgesellschaft getragen zu werden, die „Gartendenken“ verinnerlicht hat und Gartenkultur für ein wichtiges Element ihrer regionalen Lebensqualität hält.

Zur Veranschaulichung der Projektidee und als Orientierungshilfe ist es erforderlich, aussagekräftige Themenschwerpunkte zu bilden. Denkbar wären die Kombinationen von *Garten und Kunst* (Gartenkunst, Musik, Malerei, Skulpturen, Landart, Literatur etc.), *Garten und Gesundheit* (Ernährung, Sport, Wellness, Spiel etc.), *Garten und Religion*. Diese Themenpaare umfassen elementare individuelle und gesellschaftliche Bedürfnisse und Fragen, von alltäglich bis sonntäglich, von rückblickend bis zukunftsweisend.

4. Die vorhandenen Potenziale

4.1 Die Kulturlandschaft

Die Region Hannover zeichnet sich durch eine besondere geographische Lagegunst aus: Sie erstreckt sich in dem Übergangsbereich der Ausläufer der deutschen Mittelgebirge zum norddeutschen Flachland. Die Trennungslinie entspricht in etwa dem Verlauf des Mittellandkanals, ergänzt durch markante Punkte, die als Landmarken sichtbare Zeichen setzen. Im Zusammenspiel mit der Bördelandschaft im Süden und dem Urstromtal der Leine prägen somit vier große Landschaftstypen diesen Raum und bilden den Rahmen, die Kulisse, für eine Kulturlandschaft mit eigener Note. Sie ist der Nährboden für die regionale Gartenkultur. Im Norden sind es die leichten, sandigen Böden mit den Kiefern und Birken, die Wiesen und Moore, die das weitläufige, oft poetische, Bild bestimmen. Hier liegt auch der Naturpark Steinhuder Meer mit dem gleichnamigen größten norddeutschen Binnensee. Im Süden sind es die hochwertigen, schweren Ackerböden des Calenberger Landes, die sich Richtung Osten großflächig ausdehnen und das Auge ohne nennenswerte Unterbrechung in die Ferne schweifen lassen. Der Reichtum des Bodens spiegelt sich in der Architektur wider, in den „Rübenburgen“ und den Gutshöfen mit ihren Gärten und Parks. Für Bodenbewegung und Höhepunkte sorgen der Große und der Kleine Deister mit ihren Laubmischwäldern, den Wildbeständen und besonderen Blühaspekten im Frühling, wenn sich Teppiche von Lerchensporn, Bärlauch und Buschwindröschen über den Waldboden ziehen. Als Vierte im Bunde durchzieht die Leine, die blaue Diagonale, auf etwa 50 Kilometer die Region. Sie stellt nicht nur einen vielgestaltigen Natur- und Erlebnisraum dar, sondern an ihren Ufern ist auch Geschichte erlebbar: an der Leine liegen unter anderem vier Welfenschlösser und mitten in Hannover, im Leineschloss, befindet sich der Sitz des Niedersächsischen Landtags.

4.2 Die öffentlichen Gärten, Parks und Grünanlagen

Den Mittelpunkt bildet die Landeshauptstadt Hannover, mit den Beinamen „Hannover an der Leine“, „Großstadt im Grünen“ und aktuell „Stadt der Gärten“. Hier liegt auch die grüne Mitte der Region, gebildet von Maschpark, Maschsee und Leineau. Ein besonderer Glanzpunkt sind die Herrenhäuser Gärten, die mit Großen Garten, Berggarten, Georgengarten und Welfengarten ein Ensemble von internationaler Bedeutung darstellen. Diese Anlagen sind Kristallisationspunkte und sie werden ergänzt

durch viele Gärten und Parks, nicht nur in Hannover, sondern auch in den weiteren 20 regionsangehörigen Kommunen. Sie präsentieren sich insgesamt sehr unterschiedlich und mannigfaltig in ihrer Form und Funktion – von historisch bis gegenwärtig, vom wohnungsnahen Stadtteilpark oder der grünen Ortsmitte bis zu dem am Rande liegenden Landschaftspark – und zeigen somit einen bunten Fächer von Zeitgeschmack und Umgang mit gestalteter Natur. Eine Besonderheit und somit ein Markenzeichen der Gartenregion Hannover ist, dass die Hälfte der circa 50 öffentlichen Grünanlagen in „Ensembles“ auftreten, das heißt, zwei oder mehrere Gärten oder Parks liegen dicht beieinander. Bemerkenswert ist auch, dass diese Ensembles nahezu alle einen Landschaftsraum als Kulisse und eine enge Beziehung zu den jeweiligen Innenstädten haben. Es besteht ein Zusammenhang von Stadt, Garten, Landschaft und damit eine ideale Situation, um das vielschichtige Thema „Garten“ darstellen zu können und es erlebbar und erreichbar zu machen (siehe Anlage 1 „Ensembles“).

4.3 Das private Grün

Die regionale Gartenkultur ist ausgeprägt und hat Tradition. Ihr Bogen ist weit gespannt und umfasst dementsprechend vielfältige Facetten. Er beinhaltet sowohl individuelles als auch kollektives Engagement, eigene selbstständige Beiträge oder Unterstützung bei einem Vorhaben oder Vermittlung einer Idee. Gartenkultur ist genauso ein Element der Stadt wie des ländlichen Raumes. Die nach außen sichtbare Angebotspalette reicht daher vom üppig bepflanzen Kleinstgarten, dem Balkon, bis zur großzügigen und meisterlich gestalteten Parkanlage nach englischem Stil, vom gemeinsam entwickelten Wohnumfeld bis zum Arbeitsplatz im Grünen. Eine besondere Rolle – gerade in Hannover – spielen die etwa 20.000 Kleingärten, die es aber auch mehr oder weniger zahlreich in allen anderen regionsangehörigen Städten und Gemeinden gibt.

4.4 Besondere Orte

Gartenkultur spiegelt sich in vielen Lebensbereichen wider und findet an vielen Orten statt. Mit „Besondere Orte“ werden Situationen bezeichnet, die sich nicht als „klassische“ Gartenstandorte wie Gärten, Parks, Grünanlagen und Landschaften definieren lassen, die aber ein besonderes Flair ausstrahlen, ein Refugium und/oder kulturelles Erbe darstellen - spannende, ungewöhnliche, gesellschaftsrelevante und geschichts-

trächtige Orte. Diese besonderen Orte sind für die Idee und die Umsetzung des Projektes unverzichtbar, da sie eine Bereicherung und Vervollständigung der Angebote darstellen und entscheidend diesen Raum mit geprägt haben und noch prägen. Auch hier kann auf ein reichhaltiges Potenzial zurückgegriffen werden, wie die folgenden Beispiele zeigen. Eine herausragende Rolle spielen dabei die Kirchen aller Konfessionen, die Friedhöfe als „letzte Gärten“, die fünf Calenberger Klöster mit ihren Gärten. Aber auch profane Anlagen wie die vier Welfenschlösser, das Jagdschloss in Springe, die Insel Wilhelmstein im Steinhuder Meer, Wasser- und Windmühlen, Schleusen, die Überführung des Mittellandkanals über die Leine, Gewächshäuser und industriegeprägte Relikte wie die Mergelgruben in Misburg und Höver, die Kalihalden in Empelde, Sehnde und Bokeloh haben ihren Platz und eignen sich hervorragend für spezielle Aktionen. Ein Anliegen des Projektes ist auch die Einbeziehung der Krankenhäuser mit ihren „Gesundheitsgärten“, die gerade in Verbindung mit den Apotheker- und Kräutergärten eine zukunftsweisende Aufgabe übernehmen könnten. Ein besonderer Ort mit einer speziellen Ausrichtung und großer Faszination ist auch der Zoo Hannover, ursprünglich als „zoologischer Garten“ konzipiert. Im Hinblick auf das ehrgeizige Ziel, ein Gartenjahr zu zelebrieren, kommt außerdem Orten mit geeigneten Innenräumen für Veranstaltungen im Frühjahr, Herbst und Winter eine zentrale Funktion zu. Einige Beispiele sind oben aufgeführt, weitere folgen in den nächsten Kapiteln.

4.5 Kultureinrichtungen

Ein wesentlicher Faktor bei der Umsetzung des Projektes ist das Vorhandensein der unterschiedlichen und vielfältigen Kultureinrichtungen, die zur Vermittlung von „Gartenkultur“ eingebunden werden können. Dabei spannt sich der Bogen von den großen öffentlichen Häusern, die auch auf die Funktion Hannovers als Landeshauptstadt zugeschnitten sind, wie der Oper, dem Staatstheater und der Landesbühne bis zu den kleineren und oft privat betriebenen Bühnen, wie dem Klecks Theater oder der Freilichtbühne Barsinghausen. Im musealen und künstlerischen Bereich stellt sich das Bild ähnlich dar: zum einen gibt es die weit über die Regionsgrenzen hinaus bekannten Häuser wie Sprengel Museum, Landesmuseum, Kestner Museum, Historisches Museum und Wilhelm-Busch-Museum, zum anderen die vielen kleineren Museen und dazu regionale Besonderheiten wie das Straßenbahnmuseum in Wehmingen oder das Bergbaumuseum in Barsinghausen. Das Gleiche gilt für die zentralen

Kunsteinrichtungen wie Kestnergesellschaft und Kunstverein Hannover sowie für die dezentralen Einrichtungen wie den Hermannshof in Völksen, das KulturGut in Poggenhagen und die Städtische Galerie mit der Sammlung Franz Belting in Lehrte. Eine bereits erwähnte Besonderheit der Gartenregion Hannover ist die Fülle an Anlagen, Orten und Einrichtungen auf engstem Raum und kurzem Weg. Dazu ein Beispiel: Sprengel Museum, Landesmuseum und Kestner Museum liegen mitten in der City, direkt am Neuen Rathaus und in unmittelbarer Nähe zum Maschpark, Maschsee und zur Leineaue. Das Historische Museum und das Leineschloss („Am Hohen Ufer“) sind nicht weit entfernt und auch das Regionshaus ist schnell und gut erreichbar.

Abschließend sei auf die vielen Kinos mit ihren zum Teil sehr anspruchsvollen Programmen hingewiesen und auf bereits erfolgreich praktiziertes Freiluftkino, wie es zum Beispiel auf dem Rittergut in Bredenbeck jährlich angeboten wird.

Diese Einrichtungen - und die für ihre Bespielung, Ausstaffierung, Programm- und Veranstaltungsgestaltung Zuständigen - sollen dafür gewonnen werden, im Gartenjahr 2009 besondere, thematisch auf das Projekt zugeschnittene, Aktivitäten zu entfalten und anzubieten.

4.6 Ausbildungseinrichtungen und Forschungsstätten

Die Ausbildungslandschaft in der Region Hannover zeigt ebenfalls ein reichhaltiges und differenziertes Bild und bietet hervorragende Ansatzpunkte für die Zusammenarbeit im Projekt Gartenregion - vom Erlernen und Ausüben eines Handwerks bis zum Planen und Anfertigen im Rahmen eines Studiums. Eine wesentliche Einrichtung ist die Leibniz Universität mit ihren drei Zielrichtungen Exzellenz, Interdisziplinarität und Internationalität sowie den verschiedenen Studiengängen. Hier sind es vor allen Dingen die Fakultät für Architektur und Landschaft und das Zentrum für Gartenkunst und Landschaftsarchitektur (CGL). Weitere Potenziale sind die Justus-von-Liebig-Schule in Ahlem, in der Floristenmeisterinnen und -meister sowie Garten- und Landschaftsbauer ausgebildet werden, aber auch das Schulbiologiezentrum Burg, die Berufsbildenden Schulen in Springe und das Jugend-, Gäste- und Seminarhaus Gailhof der Region, um nur einige zu nennen. Da die Schönen Künste im Gartenprojekt eine große Rolle spielen, bieten die Hochschule für Musik und Theater sowie die Fachhochschule Hannover mit ihren Studiengängen für Bühne und Kostüm, Modedesign,

Produktdesign, Innenarchitektur, Kommunikationsdesign Kooperationsmöglichkeiten. Bei den Forschungseinrichtungen sind die Lehr- und Versuchsanstalt für Gartenbau der Landwirtschaftskammer Hannover in Ahlem zu nennen – die zudem an die frühere Israelische Gartenbauschule erinnert – und das Bundessortenamt, das für die Zulassung und für den Sortenschutz zuständig ist.

4.7 Infrastruktur

Hannover ist von außen nicht nur hervorragend zu erreichen, sondern zeichnet sich zudem durch ein gutes internes Nahverkehrssystem aus, insbesondere bei den Zugverbindungen im Regional- und S-Bahn-Verkehr und bei den Stadtbahnlinien aber auch bei den Regionalbuslinien. Es ist ein Anliegen des Gartenprojektes – und Teil seiner Philosophie – die Gäste auf umweltfreundlichen Wegen durch die Gartenregion zu führen und an die jeweiligen Orte des Geschehens zu geleiten. Für das dezentral angelegte Vorhaben ist die Überschaubarkeit und Erreichbarkeit daher ein wesentlicher Faktor zum Gelingen. Ein weiterer Vorteil ist, dass die Region auf ein weitverzweigtes Wegenetz zurückgreifen kann, da die Themen Wandern und Radfahren seit Jahrzehnten grenzübergreifend bearbeitet worden sind. Das regionale Radwegenetz, die kommunalen Systeme vor Ort sowie die Vernetzungsrouten „Der Grüne Ring“ und „Der Deisterkreisel“ bieten somit gute – und oft reizvolle – Möglichkeiten der Fortbewegung, gerade in Verbindung mit dem ÖPNV. Darüber hinaus wird es selbstverständlich auch Angebote für den per PKW anreisenden Gartenfreund geben und für die Gäste, die Reisebusse nutzen. So soll auf den vorhandenen Straßen ein „Park-Leit-System“ Hilfestellung bei der Zufahrt zu den Orten leisten. Aber nicht nur die Erreichbarkeit muss gewährleistet sein, sondern auch die Versorgung und die Information/Betreuung. Hierbei spielen sowohl die vorhandenen Gastronomiebetriebe – zum Beispiel mit ihren (Bier- und Kaffee)Gärten – und die Hotels, Pensionen oder Ferienwohnungen eine Rolle, aber auch die Jugendherbergen und die Campingplätze. Beim Thema Information könnten die in der Regel gut erreichbaren Rathäuser ihren Beitrag leisten.

5. Aufwertung der Potenziale

Die Region Hannover sieht sich im Rahmen des Projektes als Koordinatorin und Veranstalterin, aber auch als Impulsgeberin und Animateurin. Es sollen Anreize geschaf-

fen und Zeichen gesetzt werden, Bewährtes soll mit Neuem langfristig und zukunftsweisend kombiniert und Gartenqualitäten stetig verbessert werden. Die Aufwertung der beschriebenen vorhandenen Potenziale verfolgt im Rahmen der fünf Leitziele (siehe Kapitel 3) im Wesentlichen drei Richtungen:

- Ausgewählte Orte – primär Gärten, Parks, Landschaftsteile, Grünanlagen - sollen ein auf ihren besonderen Typus und ihre lokale und regionale Funktion zugeschnittenes Gestaltungs- und Ausbaukonzept erhalten, das zukunftsorientiert ihre Qualität langfristig aufwertet und sichert, gleichzeitig aber auch ein temporäres „Sonntagskleid“ angezogen bekommen, das für ihre besondere Präsentation in 2009 und die damit verbundene erwünschte Aufmerksamkeit von Bedeutung ist. Diese investiven Maßnahmen werden in den Kapiteln 8 und 10 präzisiert. Die Aufwertungen können bauliche, pflanzliche und künstlerische Elemente beinhalten. Voraussetzung ist die zumindest temporäre öffentliche Zugänglichkeit und die Präsentation im Rahmen des Gartenprojektes.
- Durch die Einbeziehung und Verknüpfung der sehr unterschiedlichen Potenziale erfahren diese alle eine neue, mitunter in diesem Kontext auch ungewöhnliche, Aufmerksamkeit und Bedeutung. Sie gewinnen – jedes für sich – neue Facetten und ihre Funktion kann dauerhaft gesichert und möglicherweise sogar ausgeweitet werden.
- Mit der Fokussierung auf besondere Orte und durch die geplanten Aufwertungen werden Impulse und neue Kooperationsmöglichkeiten gegeben. Sie können dazu dienen, andere Wege zu gehen, längst Gewolltes zu realisieren und Unterstützung durch verschiedene Akteure bei der Umsetzung neuer, weitergehender Vorhaben zu finden.

6. Vermittlung, Inszenierung und Bespielung

Gartenkultur muss sinnlich erlebbar sein, zum einen durch den Ort mit seinem Charme, seiner Ungewöhnlichkeit, seinen Farben, Formen, seinem Duft, seinen Geräu-

schen, seinem Licht und zum anderen durch anschauliche Information und Inszenierung.

- Der Ort selbst stellt die Bühne dar und gibt Raum für die auf ihn ausgerichtete Aufführung. So vielfältig die Orte und Potenziale sind, so vielfältig sind auch die Möglichkeiten der Veranstaltungen, Aktionen, Ausstellungen, Aufführungen, Konzerte, Lesungen, Kunstdarbietungen, Picknicks, Exkursionen, Tagungen, Workshops. So wird es *Unikate/Solitäre* geben, die eine besondere überregionale Ausstrahlungskraft besitzen, wie der angedachte Blumenkorso, die Aufführung des Musicals „Der geheime Garten“ in allen 21 Kommunen oder die Ausstellung „Gartenträume“ im Wilhelm-Busch-Museum.
- Des Weiteren soll es *regionale Aktionen* geben, an denen möglichst alle Städte und Gemeinden teilnehmen, wie zum Beispiel die geplante Renaissance des Schmuckbeetes mit jahreszeitlich wechselnden Blütenflor oder die Aktion „Eine Region blüht auf“, die das Setzen und Auswildern von Blumenzwiebeln in öffentlichen Grünflächen zum Ziel hat. Regionale Aktivitäten sind auch im Bereich der privaten Gartenkultur geplant, anknüpfend an bereits vorhandenen Wettbewerben und Aktionen, wie „Die Offene Pforte – Gärten in und um Hannover“, „FirmenGärten“, „Bunte Gärten“ (Kleingärten), „Viva Balkonia!“ (Balkon- und Vorgarten), Wohnumfeldgestaltung, Erntedankfeste. Auch die zur Belebung der Innenstädte kreierte Aktion „Ab in die Mitte!“ kann in diesem Rahmen ein Baustein sein.
- Die dritte Ebene wird von den besonderen Veranstaltungen ausgefüllt, die *lokal* verortet sind, wie zum Beispiel das „Künstlerpicknick“ im Park der Sinne, „Park & Reit“ im Wietzepark oder das „Bergfest“ auf dem „Kalimandscharo“ in Sehnde, die aber durch ihre Originalität und Qualität überregionale Ausstrahlung besitzen.

7. Durchführung

7.1 Projektbeteiligte/Projektpartner

Das Projekt „Gartenregion Hannover“ ist als Netzwerk- und Gemeinschaftsprojekt angelegt und kann nur erfolgreich sein und auf Dauer funktionieren, wenn es auf vielen Schultern verteilt und getragen wird. So umfassend und facettenreich das Projekt konzipiert ist, so themen- und personenübergreifend ist auch die hierfür erforderliche Unterstützung. Daher sollen Projektpartner/innen gefunden werden, die „gemeinsame Sache“ mit der Region Hannover als Veranstalterin machen, sei es in Form eines eigenen Beitrages oder als Gemeinschaftswerk oder als finanzielle Unterstützung. Einige der gewünschten Beteiligten und Partner/innen sind bereits in vorangegangenen Kapiteln genannt worden oder/und finden sich unter dem anschließenden Punkt 7.2 „Projektorganisation“ wieder. Die folgende Nennung umreißt beispielhaft wesentliche Einrichtungen und Personen(gruppen), die unter anderem auch einen Bezug zu den unter Kapitel 2 skizzierten Themenpaaren *Garten und Kunst*, *Garten und Gesundheit*, *Garten und Religion* haben. Die Auflistung erhebt jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Wie bereits mehrfach erwähnt, bilden die regionsangehörigen Kommunen den Kern und sind die mitbestimmenden Motoren bei der Gestaltung und Umsetzung. Hinzu kommen Kommunen aus dem sogenannten 2. Ring und möglicherweise auch aus der weiteren Metropolregion Hannover-Braunschweig-Göttingen. Weitere Partner/innen, ohne die das Projekt nicht realisiert werden könnte, sind

- die Leibniz Universität Hannover mit dem Zentrum für Gartenkunst und Landschaftsarchitektur,
- die anderen Hochschulen und Fachhochschulen
- die Kirche(n),
- die Klosterkammer Hannover,
- die Behörden des Bundes und des Landes (z. B. Bundessortenamt und Forstämter),
- die Marketing- und Tourismusorganisationen,
- die gartenorientierten Vereine und Gesellschaften wie Deutsche Gesellschaft für Gartenkunst und Landschaftskultur (DGGL), Bund Deutscher Landschaftsarchitekten (BDLA), Heimatbund Niedersachsen, Niedersächsischer Heimatbund, Kleingärtner,
- die Umweltverbände,
- die Kammern (für Architekten, Landwirtschaft, Handwerk, Industrie und Handel),

- die Kunst-/ Kultur- und Bildungseinrichtungen und -vereine,
- die Künstler/innen-Organisationen und -Gruppierungen,
- die Stiftungen (wie zum Beispiel VGH, Toto/Lotto, Niedersachsen, Sparkassen, Kulturregion Hannover etc.),
- die Wohnungsbaugesellschaften,
- die Garten- und Landschaftsbaubetriebe,
- die Lehr –und Versuchsanstalt Ahlem,
- die Verlage etc.

7.2 Projektorganisation

Das Projekt „Gartenregion Hannover“ soll von der Region Hannover in enger Kooperation mit den Städten und Gemeinden der Region, den benachbarten kommunalen Körperschaften sowie zahlreichen weiteren Akteuren (siehe oben) durchgeführt werden. Das Konzept ist dezentral angelegt und eine umfassende Beteiligung aller Städte und Gemeinden ist ausdrücklich gewünscht. Trotz dieses dezentralen Ansatzes liegt ein Schwergewicht der überregionalen Präsentation auf den Gartenanlagen und den kulturellen Einrichtungen der Landeshauptstadt Hannover. Die Landeshauptstadt Hannover wird deswegen in die Entscheidungsstrukturen unmittelbar einbezogen. Bei der Projektorganisation soll von drei Ebenen ausgegangen werden:

1. Das operative Geschäft wird im Projektbüro der Region Hannover abgewickelt. Die personelle Ausstattung erfolgt durch die Region Hannover. Vorgeesehen sind eine organisatorische Leitung sowie eine fachliche Leitung. Für die Vorbereitung und Durchführung der herausragenden kulturellen Events (Konzerte etc.) soll ein externer Dienstleister einbezogen werden.
2. Eine Lenkungsgruppe unter Vorsitz der Region Hannover soll alle grundsätzlichen Fragen entscheiden, die über den unmittelbaren Verantwortungsbereich der Region Hannover hinausgehen bzw. mehrere oder alle am Projekt Beteiligte betreffen. Es wird ein siebenköpfiges Gremium vorgeschlagen, das aus dem Dezernenten für Umwelt, Planung und Bauen und der Fachbereichsleitung für Planung und Raumordnung der Region Hannover, zwei Dezernenten der Landeshauptstadt Hannover, zwei Bürgermeister/innen der weiteren regionsangehörigen Kommunen sowie einer/einem Vertreter/in aus dem 2. Ring

besteht. Die Geschäftsführung für die Lenkungsgruppe nimmt das Projektbüro wahr.

3. Für Koordinierungsfragen im täglichen Geschäft wird eine drei- bis vierköpfige Koordinierungsgruppe installiert, in der die Region Hannover und jeweils ein(e) Vertreter/in der Landeshauptstadt Hannover und des Umlandes mitwirken sowie, falls erforderlich, eine Person aus dem kulturellen Bereich (Theater, Museen). Den Vorsitz und die Geschäftsführung übernimmt das Projektbüro.

Neben dieser Arbeitsstruktur soll ein Beirat die Gestaltung und Umsetzung des Projektes fachlich unterstützen, in dem Vertreter/innen aus den Bereichen Politik, Kunst, Kultur, Kirche, Garten sowie Marketing und Tourismus mitwirken. Als Gremium soll der Beirat nur geschlossen auftreten, es soll aber die Möglichkeit eingeräumt werden, dass die Beiratsmitglieder aus den einzelnen Themenbereichen gesondert für die Beratung des Projektes in speziellen fachlichen Fragen herangezogen werden können. Um die Arbeitsfähigkeit des Beirates zu gewährleisten, soll die Mitgliederzahl nicht mehr als 15 Personen betragen. Denkbar sind sechs Mitglieder aus der Politik (anteilig Region und Landeshauptstadt Hannover) und die übrigen Mitglieder aus den oben genannten Bereichen. Aufgrund des bewusst klein gehaltenen Kreises des Beirates sollen aus allen relevanten Bereichen Schlüsselpersonen vertreten sein (siehe Anlage 2 „Vorschlagsliste für die Besetzung des Beirates“). Eine Geschäftsordnung soll Struktur, Aufgaben und Arbeitsweise des Beirates regeln.

7.3 Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

„Tue Gutes und rede darüber“. Die Grundidee der Gartenregion basiert auf der Nutzung der vorhandenen Potenziale, ihrer Aufwertung und ihrer maßgeschneiderten Inszenierung. Um diesen „Gartenteppich“ zu knüpfen – an vielen Orten und mit vielen Protagonisten – und um ihn dann im Gartenjahr 2009 erlebbar zu machen, bedarf es der intensiven Kommunikation und Information, innerhalb des wachsenden Zirkels der Projektpartner/innen und Beteiligten und nach außen, um die Menschen, für die das Vorhaben gedacht ist, zu erreichen und möglicherweise neue Anhänger/innen zu finden. Diese Aufbauarbeit bis zur Fertigstellung des Endproduktes „Gartenregion Hannover“ verfolgt primär regionsbezogene Aspekte und ein wesentlicher Baustein

dabei ist Erstellung einer themenspezifischen Netzwerkdatei, die unter verschiedenen Oberbegriffen möglichst alle wichtigen Faktoren erfasst und als dauerhafte Datenbank/Plattform für gartenkulturbezogene Angebote, Aktivitäten und Informationen zur Verfügung steht. Das entspricht auch dem oben genannten Ziel 5 und erleichtert die Öffentlichkeitsarbeit.

Um auf das Jahr 2009 hinzuweisen, um Neugier zu wecken und Appetit zu machen, finden bereits im Vorfeld Veranstaltungen statt. Sie dienen auch als Kommunikations-träger und sind Teil der das Hauptereignis vorbereitenden Öffentlichkeitsarbeit. Dazu dienen ebenfalls Vorträge in und außerhalb der Region Hannover sowie Artikel in Zeitschriften, die bundesweit erscheinen.

Die primär nach außen – über die Regionsgrenzen hinaus – zu richtende Leuchtkraft des Projektes soll im Zuge seiner Konkretisierung und Profilierung erfolgen. Hierzu ist neben der Einbindung der regionalen Medien eine zusätzliche professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit erforderlich, um die gewünschte nationale Aufmerksamkeit zu erlangen. Dazu zählen ebenfalls Publikationen, wie Broschüren, Flyer, Bücher, Kataloge, Kalender und ein Merian-Sonderheft, aber auch Tagungen, Symposien, Teilnahme an Messen, Internetauftritt, Plakatierungen etc. Die „Machbarkeitsstudie zur Gartenregion Hannover 2008“ der NORD/LB liefert dazu hilfreiche Anregungen (siehe auch Kapitel 8.5).

8. Finanzplanung

Die auf das Projekt anzuwendenden Grundprinzipien lauten: fördern, unterstützen, Ideen entwickeln, Anreize schaffen, Impulse geben, vermitteln und verknüpfen – auf Vorhandenes aufmerksam machen und es nutzen. Dennoch bedarf ein Vorhaben dieser Größenordnung und angestrebter Qualität – auch bei optimaler Ausschöpfung aller vorhandenen Potenziale und Ressourcen – zusätzlicher finanzieller Mittel, die zielgerecht und zweckgebunden eingesetzt werden sollen. Als Initiatorin und als Dachorganisation des Projektes muss die Region Hannover deswegen einen eigenen finanziellen Beitrag zu leisten. Dieser Kostenrahmen wird – bezogen auf die einzelnen bereits genannten Themenfelder – im Folgenden skizziert und gründet sich entsprechend dem Projektstand auf möglichst konkrete Schätzungen. Die Aussagen

zu den Unterpunkten 8.2, 8.3, 8.4 und 8.5 nehmen Bezug auf die „Machbarkeitsstudie zur Gartenregion Hannover 2008“ der NORD/LB, werden aber teilweise dem derzeitigen Wissensstand des Projektes angepasst. Dies gilt insbesondere für die Prognosen der Einnahmebereiche. Wie in der Einführung betont wurde, soll dieses Konzept den Rahmen setzen und den zur Konkretisierung noch erforderlichen Veränderungen und Ergänzungen explizit Raum bieten.

Die in den folgenden Unterpunkten aufgeführten Zahlen basieren auf den Haushaltsanmeldungen 2007, inklusive der Mittelfristigen Finanzplanung. Zur Information wird auf die Anlage 3 verwiesen, die auch Hinweise gibt, welchen Kapiteln einzelne Positionen/Haushaltsstellen zugeordnet sind. Hier werden auch für den Verwaltungshaushalt 2008 und 2009 veranschlagten Ansätze aufgeführt, die sich bekanntlich so nicht im Haushaltsplanentwurf 2007 der Region Hannover wiederfinden, da es dort keine entsprechende Mittelfristige Finanzplanung gibt. Für die erfolgreiche Durchführung des Gartenprojektes ist es aber unerlässlich, das benötigte Gesamtfinanzvolumen darzustellen. Die Anmeldungen für den Haushalt 2007 finden sich auch in der Beschlussdrucksache II 1121/2006 wieder.

8.1 Investive Maßnahmen in den öffentlichen und privaten Grünanlagen der regionsangehörigen Kommunen (Förderung durch die Region Hannover)

Ausschlaggebend für die Projektidee waren und sind die vorhandenen Potenziale und der Reichtum an Grün (siehe Kapitel 4.1 bis 4.7). Es war jedoch von Anfang an klar, dass dieser „Stoff, aus dem die Gartenregion gemacht ist“ genau betrachtet und gemustert werden muss, um aus ihm dann eine Maßkollektion von „Sonntagskleidern“ zu schneiden, die zum Gartenjahr 2009 präsentiert werden kann und Furore macht. Hierzu ist zunächst die Sichtung der potenziellen Orte und Bereiche erforderlich und die Prüfung auf Eignung und Möglichkeiten. Eine Übersicht bietet der „Anhang“, der die große Vielfalt deutlich macht, die in den 21 regionsangehörigen Kommunen – und darüber hinaus – zu finden ist, die sich im Rahmen der Gartenregion darstellen möchten. Der Anhang ist als separater, eigener Teil konzipiert und wird in der Informationsvorlage II 1125/2006 dargestellt und erläutert.

Aus diesem Fundus soll eine Auswahl erfolgen, basierend auf bestimmten, nachvollziehbaren Kriterien (siehe Kapitel 10). In der Regel wird es erforderlich sein, für diese

ausgewählten Situationen ein Konzept zu entwickeln, das die Qualitäten herausarbeitet mit dem Ziel, die Anlage insgesamt aufzuwerten. Dabei sind zwei Aspekte zu beachten, nämlich

- die langfristige, dauerhafte Perspektive und
- die besondere Note, das „Sahnehäubchen“ für 2009.

Je nach Notwendigkeit stehen daher vor den investiven Maßnahmen die konzeptionellen, planerischen Aussagen. Die Vorbereitung und die Umsetzung erfolgt in enger Abstimmung mit der jeweiligen Kommune beziehungsweise dem jeweiligen Projektträger. Grundlage für das finanzielle Engagement der Region Hannover ist ihre bewährte Förderpraxis, das heißt, es erfolgt nur eine anteilige Unterstützung und die Förderung der investiven Maßnahmen (und ihrer Vorbereitung) bezieht sich ausschließlich auf die regionsangehörigen Kommunen. Eine Ausnahme können andere öffentliche und private Anlagen bilden, die zum einen auf Grund ihrer Qualität und Besonderheit und zum anderen ihrer – zumindest zeitweisen Öffnung oder öffentlichen Angebote – unverzichtbarer Bestandteil der Gartenregion sind. Ein Beispiel ist der Hermannshof in Springe/Völksen, wo bis zum Jahr 2009 das ursprüngliche, von Bernhard Hoetger gestaltete Gartenkonzept wieder sichtbar gemacht werden soll.

Ausgaben:

- Die maximale Förderquote bei Investitionen beträgt 50%.
- Für die konzeptionelle Vorbereitung der Standorte sind im Haushaltsplan 2007 (Verwaltungshaushalt) für die Jahre 2007 und 2008 insgesamt 150.000 € veranschlagt (plus Rest aus 2006 in Höhe von 80.000 €).
- Für investive Maßnahmen sind für die Jahre 2007 und 2008 im Vermögenshaushalt insgesamt (als Anteil der Region) 2 Mio. € veranschlagt: 1.5 Mio. € für kommunales öffentliches Grün (plus Rest aus 2006), 350.000 € für privates Grün und 150.000 € für Grün im Eigentum des Landes Niedersachsen.
- Ziel ist, zur Haushaltsplanung 2008 für die investiven Vorhaben konkrete Maßnahmenvorschläge inklusive exakter Kosten vorzulegen, um die baulichen und pflanzlichen Vorhaben bis 2009 abschließen zu können.

8.2 Veranstaltungen (Förderung durch die Region Hannover)

Wie bereits in Kapitel 6 dargelegt muss Gartenkultur erlebt und gelebt werden, das bedeutet zum Beispiel, Gärten durch Kultur zu beleben. Dazu sollen kleine und große Veranstaltungen und Ereignisse dienen, ein Gartenjahr lang, vor Ort – in allen 21 regionsangehörigen Kommunen und darüber hinaus - drinnen und draußen.

- Ein Schwerpunkt – gerade im Hinblick auf überregionale Ausstrahlung – liegt dabei auf den Angeboten der Landeshauptstadt Hannover, der „Stadt der Gärten“. Grundsätzlich gilt auch bei dem Themenfeld Veranstaltungen die bereits mehrfach genannte Maxime: die Region Hannover als Projektinitiatorin unterstützt durch Koordination, Beratung, eigene Beiträge, Marketing etc. und stellt zweckgebundene Mittel zur Verfügung. Da das kulturelle Programm eng mit dem jeweiligen Ort verbunden ist, soll es auch dementsprechend vielfältig sein. So wird es eine Reihe von Festen, Aktionen, Veranstaltungen geben, die bereits Tradition und ihr Publikum haben und zum Thema Garten (Kunst, Religion, Gesundheit) passen. Sie sind sozusagen Selbstläufer in Bezug auf die Finanzierung und Organisation. Beispiele hierfür sind: „Das kleine Fest im Großen Garten“ oder die „Pflanzentage“ im Stadtpark Hannover.
- Des Weiteren wird es regelmäßig stattfindende Veranstaltungen geben, die variiert oder angepasst werden müssen, ohne dass zusätzliche Mittel erforderlich sind oder es gibt Organisatoren, die gern Anregungen aufnehmen und in ihr Programm einbinden – als Bereicherung und um sich in einem größeren Rahmen zu präsentieren. Beispiele hierfür sind: „Künstlerpicknick im Park der Sinne“, der „Kultursommer“, der Volkskunstlauf „Zinnober“ oder „Hannover hebt ab“ – das Drachenfest auf dem Kronsberg.
- Die dritte Gruppe bilden die Veranstaltungen, die speziell für das Gartenjahr kreiert werden. Hier gibt es wiederum zwei Gruppen, die kleineren, nicht so spektakulären, aber für die regionale Gefühlsentwicklung wichtigen Ereignisse und die großen, extraordinären Ereignisse, die eine besondere Strahlkraft besitzen sollen und überregionales Publikum anziehen. Beispiele hierfür sind die „Lumina botanica“ im Berggarten Herrenhausen, die deutschsprachige Uraufführung des Musicals „Der geheime Garten“ an 21 Orten und der geplante

Blumenkorso in memoriam der ersten Bundesgartenschau nach dem Zweiten Weltkrieg im Jahr 1951 in Hannover. Für diese kleinen und großen Ereignisse sollen regionale Mittel zur Kofinanzierung zur Verfügung stehen. Grundsätzlich wird angestrebt - dies gilt insbesondere für hochrangige Veranstaltungen wie zum Beispiel Konzerte - dass sich die Kosten durch Eintritte refinanzieren.

Ausgaben:

- Für Veranstaltungen sind in der Haushaltsanmeldung 2007 (Verwaltungshaushalt, siehe Anlage 3) für die Jahre 2007 bis 2009 für diesbezügliche konzeptionelle Vorbereitungen insgesamt 150.000,00 € eingeplant worden und für die Durchführung für die Jahre 2008 und 2009 insgesamt 1.5 Mio. €

Einnahmen:

- Aufgrund der Unwägbarkeiten, die in diesem Stadium des Projektes noch vorherrschen, sind noch keine Einnahmeposten gebildet worden. Laut Studie der NORD/LB kann bei den Einnahmen eigener Regionsveranstaltungen mit circa 880.000,00 € gerechnet werden (siehe Anlage 4 „Machbarkeitsstudie“ – Tabelle 10.1. „Übersicht der Gesamtprojekt-Einnahmen“).

8.3 Projektbüro

Voraussetzung für das Gelingen des Modellvorhabens ist eine effiziente Organisationsstrategie und damit verbunden eine adäquate interne und externe Organisationsstruktur. Für die Umsetzung des Projektes ist in der Regionsverwaltung ein kleines, schlagkräftiges Projektbüro erforderlich, das bereits im Aufbau ist. Künftig soll es neben der fachlichen Leitung des gesamten Projektes Gartenregion Hannover eine organisatorische Leitung (Projektmanagement) geben. Im Projektbüro sollen für die jeweiligen Aufgabenfelder qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern tätig sein.

Derzeit sind dem Projektbüro zugeordnet:

- seit 2004 die fachliche Leiterin,
- seit Juli 2006 eine Gartenarchitektin (halbtags bis 2010) sowie
- seit Mitte Dezember 2006 zwei Ganztagskräfte aus der Regionsverwaltung mit jeweils entsprechender fachlich qualifizierter Ausbildung.

Ab 2007 sollen ferner dem Projektbüro zugeordnet werden

- die organisatorische Leitung für das Projektmanagement (aus der Regionsverwaltung)
- eine Verwaltungskraft aus der Regionsverwaltung.

Wünschenswert ist auch die Einrichtung eines dem Projektbüro zugeordneten Sekretariats. So weit möglich und im Rahmen der Zuständigkeiten leistbar, erfolgt eine Zusammenarbeit aus anderen Teams der Regionsverwaltung, wie zum Beispiel Naherholung, Naturschutz, Denkmalpflege, Kultur, Öffentlichkeitsarbeit, Druck und Gestaltung.

Ausgaben:

- Neben den Personalkosten sind für Bürokosten, Bücher und Zeitschriften, Dienstreisen und Fortbildung im Rahmen der Haushaltsanmeldungen 2007 (Verwaltungshaushalt) für die Jahre 2007 bis 2009 31.920,00 € veranschlagt worden (siehe Anlage 3). Hierzu folgende Anmerkungen: Die genannten Summen beruhen auf dem Erkenntnisstand der geplanten Personalausstattung des Projektbüros zum Zeitpunkt der Haushaltsanmeldung (28. August 2006). Ein Teil der Kosten - Beschaffung und Unterhaltung des Inventars sowie Bürobedarf, Fernmeldekosten, Bücher, Zeitschriften, Dienstreisen – sind zur Förderung der wirtschaftlichen Aufgabenerfüllung zu einem Budget verbunden und sind daher nicht separat aufgeführt (siehe Vorlage II 1121/2006).

Einnahmen:

- Das Projektbüro trägt durch seine Aktivitäten mit dazu bei, Einnahmen zu erzielen und Fördermittel zu akquirieren. Daher wird auf die diesbezüglich in der Haushaltsplanung aufgeführten Zahlen auch an dieser Stelle hingewiesen. So sind in der Mittelfristigen Finanzplanung (Verwaltungshaushalt) für 2008 50.000,00 € für Erlöse aus dem Vertrieb von Büchern, Kalendern, Broschüren veranschlagt worden sowie 100.000,00 € für Zuschüsse und Fördermittel (siehe Anlage 3). Diese Zahlen beruhen auf der Machbarkeitsstudie der NORD/LB (siehe Anlage 4), die hierfür 100.000,00 € angibt (Projekt-Publikationen), zuzüglich 15.000,00 € für Erträge aus Katalogverkäufen etc. und Einnahmen in Höhe von 880.000,00 € für die Durchführung von eigenen Veranstaltungen der Region Hannover (siehe auch Kapitel 8.2 und 8.5).

8.4 Externe Organisationsunterstützung

Grundsätzlich besteht seitens der Verwaltung die Absicht, das Projektbüro – soweit sinnvoll und möglich – als überschaubare und schlagkräftige Stabstelle zu halten und nur Leistungen, die mit dieser engen Personalausstattung weder aus Kapazitätsgründen noch aus fachlicher Sicht in der angestrebten Qualität erbracht werden können, einzukaufen. Dies gilt für den Zeitraum der Planung/Vorbereitung und der Durchführung. Wie die Machbarkeitsstudie belegt, ist es von entscheidender Bedeutung, dass dies frühzeitig geschieht: Entsprechend beabsichtigt die Regionsverwaltung für die Teile der Projektvorbereitung und –durchführung, für die sie selbst kein Personal zur Verfügung stellen kann, ab Mitte 2007 die Vergabe von Aufträgen an einen externen Dienstleister. Die Aufgaben, die durch externe Zuarbeit professionell zu leisten sind, beziehen sich insbesondere auf die Bereiche Organisation von kulturellen Großveranstaltungen, Public Relation/Kommunikation, Marketing, Sponsoring/Fördermittel/Fundraising und Rekrutierung von Freiwilligen (Gästeführer/innen). Hierzu präzisiert die NORD/LB derzeit das Anforderungsprofil.

Ausgaben:

- Für die externe Organisationsunterstützung sind in den Haushaltsanmeldungen 2007 (Verwaltungshaushalt) für 2007 bis 2009 insgesamt 350.000 € veranschlagt worden (siehe Anlage 3).

Einnahmen:

- Aufgabe der externen Projektunterstützung ist unter anderem, professionelle Hilfestellung bei der Einwerbung von Sponsoren- und Fördermitteln sowie beim Verkauf von Publikationen und Merchandising-Produkten zu leisten. Die diesbezüglichen Einnahmemöglichkeiten sind in der Machbarkeitsstudie der NORD/LB dargestellt (siehe Anlage 4). Als vorsichtige Schätzung sind in der Mittelfristigen Haushaltsplanung (Verwaltungshaushalt) für 2008 Einnahmen von insgesamt 150.000,00 € veranschlagt worden (siehe Anlage 3 und auch Kapitel 8.5 „Einnahmen“).

8.5 Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Unabdingliche Voraussetzung für den Erfolg des Projektes „Gartenregion Hannover“ ist die Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes, um die unter Kapitel 3 genannten fünf Ziele zu erreichen und sowohl eine nach innen (Region) als auch nach außen (überregional, bundesweit) gerichtete Wirkung zu zeigen. Die Machbarkeitsstudie weist darauf hin, dass in Anbetracht der hohen Kosten, die mit einer überregionalen Werbekampagne verbunden sind, zunächst auf bereits vorhandene Strukturen und Organisationen des regionalen Standortmarketings zurückgegriffen werden sollte. Dies entspricht dem grundsätzlichen Handlungsansatz und der Philosophie des Projektes (siehe Kapitel 4 und 7). Auf der Grundlage der in der Machbarkeitsstudie angeregten Maßnahmen sollen im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit verschiedene Werbemodule eingesetzt werden: Großformatige Werbeflächen in ausgewählten Städten Niedersachsens und angrenzender Bundesländer, Werbeflächen in den Städten und Gemeinden der Region Hannover sowie ein spezielles Merian-Sonderheft, anspruchsvoll gestaltete Bücher, Kataloge, Broschüren, Führer, Veranstaltungsprogramme, Flyer, Kalender, Plakate, Zeitungsbeilagen, aber auch Internetauftritt, DVD, Teilnahme an Messen, Fachtagungen, Symposien, Workshops etc.

Ausgaben:

- Für dieses Gesamtpaket sind im Haushaltsentwurf 2007 (Verwaltungshaushalt) für die Jahre 2007 bis 2009 insgesamt 1.151.200,00 Mio. € veranschlagt worden. Hinzu kommen die Ansätze für verwaltungsinterne Leistungen: für den Ankauf von „Rechten und Materialien“ insgesamt 45.000,00 €, für „Öffentlichkeitsarbeit“ insgesamt 66.000,00 € und für „Innere Verrechnung“ insgesamt 320.000,00 € (siehe Anlage 3).
- Hinweis: Grundsätzlich wird angestrebt, für Publikationen Partner/innen oder Sponsoren zu finden. Hinzu kommt, dass einige der oben aufgeführten Produkte zum Kauf angeboten werden sollen und daher Einnahmen zu erzielen sind. Dies gilt auch für die Veranstaltung von Tagungen, Workshops und Symposien.

Einnahmen:

- Als vorsichtige Schätzung sind in der Mittelfristigen Haushaltsplanung für 2008 Einnahmen von insgesamt 150.000 € veranschlagt worden. Die Nord/LB geht in ihrer Studie von folgenden Einnahmebereichen aus: Stiftungen

250.000,00 €; Sponsoring/Fundraising 500.000,00 €; Gastronomie 40.000,00 €; Anzeigenerlöse in Gartenprojekt-Publikationen 100.000,00 €; Erträge aus Katalogverkäufen etc. 15.000,00 €; Merchandising 300.000,00 €, insgesamt 1.205 Mio. € (siehe Anlage 4).

Die Machbarkeitsstudie weist ferner darauf hin, wie entscheidend es für eine erfolgreiche Kommunikationspolitik ist, einen Spannungs-/Erwartungsbogen aufzubauen und bereits im Vorfeld Veranstaltungen anzubieten, die auf das Gartenjahr 2009 hinweisen und Appetit anregen sollen. So gab es in den Jahren 2005 und 2006 unter anderem sowohl gut besuchte Veranstaltungen, wie „FreiLuftLiteratur – Lesungen unter freiem Himmel“, verschiedene Land Art-Workshops in ausgesuchten Parks und Landschaftsbereichen und die Teilnahme am Reisepavillon – mit einem eigens kreierten kleinen Garten und einem Fachprogramm, aber auch Artikel in einer bundesweit gelesenen Fachzeit und in einer Buchpublikation. Diese und ähnliche Veranstaltungen sollen auch mit verschiedenen Projektpartnern bis zum Gartenjahr 2009 fortgesetzt werden.

9. Zeitplan für die Umsetzung der einzelnen Bausteine/Schritte

Zur Standortbestimmung soll zunächst ein kurzer Rückblick auf die wesentlichen Daten gegeben werden, die den Verlauf des Gartenprojektes bestimmt haben:

2004

Mitte 2004 wurde das Projektbüro „Gartenregion Hannover 2008“ eingerichtet, besetzt mit einer vorhandenen Mitarbeiterin als Projektleiterin. Auf der Grundlage der von der Verwaltung erarbeiteten „Projektskizze“ erfolgte im September 2004 die Information der politischen Gremien sowie die schriftliche Ansprache der regionsangehörigen Städte und Gemeinden - als wichtigste Partner/innen - mit der auffordernden Bitte, sich an dem Vorhaben zu beteiligen. Die Rückmeldungen waren positiv und es wurde weiterer Informationsbedarf deutlich.

2005

Um den Gedankenansatz zur Gartenregion Hannover kritisch zu durchleuchten und um Anregungen zu Erhalten, wurde im Februar 2005 eine „Ideenschmiede“ durchge-

führt, an der ausgewählte, im Themenbereich arbeitende, Teilnehmer/innen aus den Verwaltungen der Region und den 21 Kommunen, von der Leibniz Universität Hannover, vom Bund Deutscher Landschaftsarchitekten (BDLA), von der Deutschen Gesellschaft für Gartenkunst und Landschaftskultur (DGGL), von der üstra, von der Zeitschrift „Stadt und Grün“ sowie Künstler als Experten eingeladen waren. Resultat: alle Teilnehmer/innen äußerten sich positiv, lieferten wertvolle Beiträge und sagten ihre Unterstützung zu. Im Mai wurden alle regionsangehörigen Städte und Gemeinden eingeladen, an einer Informationsveranstaltung teilzunehmen. In diesem Rahmen wurde auch die Studie der NORD/LB „Marketing für die Herrenhäuser Gärten“ vorgestellt, als Beispiel für die Bedeutung und große Chance von und für Gärten im Rahmen von Stadt- und Regionalmarketing. Im Juni erhielt die NORD/LB den Auftrag, eine Machbarkeitsstudie für die „Gartenregion Hannover 2008“ zu erstellen, um bestimmte projektrelevante Themen/Fragen zu untersuchen wie, Projektstruktur, Organisationsaufwand, Finanzvolumen, regionalwirtschaftliche Effekte. Ende 2005 lagen die Ergebnisse vor.

2006

Am 26. Januar 2006 wurden das Projekt und die Machbarkeitsstudie im Rahmen einer Sondersitzung im Ausschuss für Umwelt und Naherholung vorgestellt. Als nächsten Schritt erarbeitete die Verwaltung die Beschlussdrucksache Nr. I 61/2006 „Gartenregion Hannover – Grundsatzbeschluss zur Durchführung des Projektes“. Nach intensiver politischer Beratung erfolgte am 23. Mai 2006 der Beschluss der Regionsversammlung, mit der sich bereits vorher abzeichnenden Maßgabe, das „Gartenjahr“ auf 2009 zu verschieben. Im Juni 2006 wurden die regionsangehörigen Städte und Gemeinden schriftlich aufgefordert, ihre projektbezogenen Maßnahmen, Veranstaltungen und Ideen einzureichen. Des weiteren erging diese Bitte an die Kommunen des 2. Ringes (über die Landkreise) und an sonstige potenzielle Partner/innen. In der zweiten Jahreshälfte erarbeitete die Verwaltung – gemäß dem politischen Auftrag – den Entwurf für das „Rahmenkonzept für die Durchführung des Gartenjahres 2009“ (siehe Vorlage II 1124/2006) und den „Anhang“ als Übersicht über angemeldete Projekte und Ideen (siehe Vorlage II 1125/2006).

Für die Jahre 2007 bis 2010 sind folgende wesentliche Schritte beziehungsweise das Erreichen folgender Leistungsziele geplant:

2007

Diesem Jahr kommt für die Vorbereitung/Weichenstellung des Gartenprojektes eine besondere Bedeutung zu, sowohl für seine inhaltliche Struktur und Aufbereitung als auch für seine Vermarktung. Der Schwerpunkt liegt dabei in der Aufbereitung/Fortsetzung der in den Kapiteln 7. „Durchführung“, 8. „Finanzplanung“ und 10. „Auswahl aus den Anmeldungen“ aufgeführten Themen beziehungsweise der bereits aufgebauten Strukturen. Beispielhaft zu nennen sind:

- Ausbau des bestehenden Partnerschafts-Netzwerkes, Konkretisierung der Gemeinschaftsprojekte/Zusammenarbeit
- Beratung und Unterstützung der Partner/innen
- Ausbau der Projektorganisation (Gründung/Einberufung der Lenkungsgruppe, der Koordinierungsgruppe und des Beirates)
- Ausschreibung/Beauftragung eines externen Dienstleisters für die Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes und einer bundesweit ausgerichteten Marketingstrategie
- Durchführung von Veranstaltungen und Werbemaßnahmen; Präsentation des Gartenprojektes in der Öffentlichkeit und Positionierung im Rahmen ähnlich motivierter Vorhaben (bundesweit)
- Festlegen der Standorte und Auswahl/Konkretisierung/Einordnung der Veranstaltungen
- Vergabe von (Planungs)Aufträgen zur Aufwertung der Standorte und zur Vorbereitung der Veranstaltungen.

2008

In diesem Jahr liegt der Schwerpunkt – neben der allgemein erforderlichen Fortführung und Konkretisierung des Gartenprojektes – im Abschluss der Vorarbeiten für das Gartenjahr. Beispielhaft zu nennen sind:

- Umsetzung der investiven Maßnahmen; Ziel ist es, spätestens bis Ende 2008 alle baulichen und pflanzlichen Maßnahmen an den ausgewählten Standorten abgeschlossen zu haben

- Fertigstellung des kompletten Veranstaltungsprogrammes bis spätestens Mitte des Jahres
- Präsentation des Gartenprojektes auf der ITB
- Erstellung von buchbaren Angeboten für den Tourismus
- Fertigstellung des kompletten Informationsmaterials (Bücher, Broschüren, Kalender, Merianheft, DVD etc.)
- Einläutung des Gartenjahres, zum Beispiel durch Eröffnung der „Wintergärten III“.

2009

Für dieses Jahr ist das oberste Leistungsziel, das Gartenprojekt erfolgreich durchzuführen und zu präsentieren.

2010

In diesem Jahr kommt der Nachbereitung/Nachlese des Gartenjahres eine besondere Bedeutung zu sowie der dauerhaften Verankerung der im Kapitel 2 genannten fünf wesentlichen Ziele.

10. Auswahl aus den Anmeldungen

Wie bereits in vorangegangenen Kapiteln erwähnt, kommt der Auswahl der Standorte und der auf sie bezogenen Veranstaltungen eine besondere Bedeutung zu. Beide Komponenten machen die „zwei Seelen“ der Gartenregion Hannover aus und mit - beziehungsweise durch - ihre Vermittlung steht oder fällt nicht zuletzt der Erfolg des Projektes und die damit verbundene Absicht, die regionale Gartenkultur als Markenzeichen langfristig zu sichern. Das heißt, dass sorgfältig und auf der Grundlage nachvollziehbarer Kriterien sortiert werden muss. Dazu gehört auch, dass der jeweilige Ort und seine Potenziale (zum Beispiel seine besondere Bedeutung für die Region Hannover) betrachtet werden und zwar mit positivem Gedankenansatz und mit gestalterischer Fantasie. Diese Herangehensweise gilt auch für alle Ideen oder Veranstaltungen. An dieser Stelle wird noch einmal auf die beiden Ausrichtungen des Gartenprojektes verwiesen: zum einen soll es zur regionalen Identität und zum „Wirkgefühl“ beitragen, zum anderen soll es eine Strahlkraft erzeugen, die weit über die

Regionsgrenzen hinaus geht. Der Charme des Projektes – und seine besondere Chance – liegt in diesem Zwei-Komponenten-Ansatz, der sich gegenseitig befruchtet. Das heißt, das Angebot umfasst sowohl extraordinäre, spektakuläre Happenings und kulturell/künstlerische Höhepunkte aber auch leise, poetische oder für bestimmte Orte typische, in ihrer eigenen Geschichte begründete, Darbietungen.

Diese sehr komplexe Arbeit muss vom Projektbüro geleistet werden, wobei auch dem noch zu gründenden Beirat eine wesentliche Funktion zukommt. Das Arbeitsmaterial bilden die im „Anhang“ der Vorlage II 1125/2006 aufgelisteten Anmeldungen und Vorschläge (Stand Dezember 2006), die sich ausschließlich auf speziell für das Gartenjahr ausgerichtete Maßnahmen, Ideen, Veranstaltungen beziehen. Sie werden ergänzt durch zahlreiche Veranstaltungen, die bereits im Vorfeld des Gartenjahres stattfinden und die auf ihre Präsentation im Rahmen der Gartenregion hin überprüft werden müssen. Hinzu kommt, dass der Prozess des Mitmachens noch nicht abgeschlossen ist und daher mit weiteren Anmeldungen zu rechnen ist. Dies entspricht auch der Philosophie des Gartenprojektes. Wie bereits ausgeführt, werden bei der Auswahl der Standorte, Ideen, Veranstaltungen etc. bestimmte nachvollziehbare Qualitätskriterien eine Rolle spielen. Hierbei kann ebenfalls auf die Machbarkeitsstudie der NORD/LB zurückgegriffen werden (siehe Kapitel 5. „Qualitätskriterien für die Auswahl der Gärten im Projekt Gartenregion Hannover 2008“). Die Auswahl aus den Anmeldungen erfolgt in der ersten Hälfte des Jahres 2007 (siehe Kapitel 9. „Zeitplan“).



Öffentliche Gärten und Parks: Ensembles

Um die Idee anschaulich zu machen, werden einige Beispiele aufgeführt.

- Ensemble 1** Die Königlichen Gärten – der Große Garten mit Galerie, Orangerie, Grotte, Gastronomie sowie Wasserkunst, Ernst-August-Kanal, Fischaufstiegsanlage; der Berggarten mit Regenwaldhaus und Bibliothekspavillon; der Georgengarten mit Wilhelm-Busch-Museum, dazu die Universität mit den Mauer- gärten, das Hardenbergsche Palais mit Garten, der Schulgarten Burg und die Leineaue.
- Ensemble 2** Der Maschpark mit dem Neuen Rathaus, dem Landesmuseum, dem Kest- ner Museum, dem Sprengel Museum, der Maschsee sowie die Leineaue.
- Ensemble 3** Der Stadtpark mit der Stadthalle/dem Congresszentrum, der Erlebniszoo, die Eilenriede mit der Hochschule für Musik und Theater, der Hermann- Löns-Park und der Tiergarten.
- Ensemble 4** Die Expo-Gärten, der Park der Sinne sowie der Mittellandkanal, der Krons- berg und die Leineaue.
- Ensemble 5** Das Wisentgehege, der Mauerpark, mit dem Jagdschloss Springe und der Kaiserallee sowie der Saupark und der Kleine Deister.
- Ensemble 6** Der Park am Berggasthaus Niedersachsen, der Ottomar-von-Reden-Park, der von-Reden-Friedhof, der Judenfriedhof sowie der Gehrdener Berg.
- Ensemble 7** Der Zechenpark Barsinghausen mit dem Bergbaumuseum, die Freilichtbüh- ne, das Kloster Barsinghausen mit Klostersgarten sowie der Große Deister.
- Ensemble 8** Der Amtsgarten und die „Leutnantswiese“ mit Schloss Landestrost, der Erichsberg sowie die Leineaue.

Vorschlagsliste für die Besetzung des Beirates

Bereich Garten

Prof. Dr. Kaspar Klaffke (Garten- und Landschaftsarchitekt),
Präsident der Deutschen Gesellschaft für Gartenkunst und Landschaftskultur (DGGL)

Prof. Dr. Udo Weilacher (Garten- und Landschaftsarchitekt),
Leibniz Universität Hannover, Dekan der Fakultät Architektur und Landschaft

Prof. Dr. Jochen Wolschke-Bulmahn (Garten- und Landschaftsarchitekt),
Leibniz Universität Hannover, Fakultät Architektur und Landschaft,
Vorstandsmitglied des Zentrum für Gartenkunst und Landschaftsarchitektur (cgl)

Dipl.-Ing. Lothar Steffen (Garten- und Landschaftsarchitekt),
freischaffend, Büro in Hamburg, Vertreter des Bund Deutscher Landschaftsarchitekten (BDLA)

Bereich Kunst/Kultur/Religion

Dr. Ingrid Spieckermann, Evangelisch-lutherische Landeskirche Hannover,
Landessuperintendentin für den Sprengel Hannover

Dr. Thomas Schwarck, Direktor des Historisches Museum Hannover

Christian Gundlach, Geschäftsführer der Landesbühne Hannover

Bereich Tourismus/Marketing

Petra Börger, Tourismusverband Hannover Region

Hans Christian Nolte, Hannover Marketing GmbH

Bereich Politik

Je drei Mitglieder aus der Regionsversammlung und dem Rat der Landeshauptstadt Hannover.

Die seitens des Rates der Landeshauptstadt vorzuschlagenden drei Mitglieder werden noch namentlich von der Landeshauptstadt Hannover nachbenannt.

Rahmenkonzept – Entwurf Anlage 2

Haushaltsanmeldungen 2007						28.08.2006
-Gartenregion-						
Eigener Unterabschnitt Für temporäre Sachmittel Und Vergaben		Das Projekt Gartenregion Hannover wird auf Beschluss der Regionsversammlung vorbereitet und durchgeführt. Die einzustellenden Kosten sind unter Berücksichtigung der Ergebnisse aus der Machbarkeitsstudie überschlägig ermittelt.				
Verwaltungshaushalt		2007	2008	2009		Kapitel
520 000-001 *	Inventar	300,00*	300,00	300,00	Neuausstattung von Arbeitsplätzen	8.3
560 000-001	Fortbildung	700,00	700,00	700,00	s. Bedarfsanmeldung 04/2006	8.3
560.000-023	Sonderbedarf Fortbildung	500,00	500,00	500,00	Tagungen/Seminare Gartenprojekte	8.3
560 000-017	Öffentlichkeitsarbeit	23.000,00	23.000,00	20.000,00	Veranstaltungen/Zuschüsse zur Einstimmung auf das Gartenjahr 2009	8.5
xxxxxxx	"Out of home"-Werbung		23.000,00	0,00	Druckkosten (Plakate)	8.5
xxxxxxx	"Out of home"-Werbung		150.000,00	340.000,00	8 Städte Nds. und 7 Städte (200km Umkreis)	8.5
	"Out of home"-Werbung		11.500,00	11.500,00	Region Hannover	8.5
xxxxxxx	Fachtagung 2008 u. 2009		34.000,00	34.000,00	Tagung, Seminare, Erfahrungsaustausch Organisation und/oder Beteiligung	8.5
	Symposium			57.000,00	5 Veranstaltungen, Organisation und/oder Beteiligung	8.5
	Vortragsreihe			28.000,00	10 Veranstaltungen; Organisation und/oder Beteiligung	8.5
xxxxxxx	"Merian-Heft"		85.000,00		Produktionskostenvorschuss Auflage 100.000	8.5
	Buch "Gartenpotential Region Hannover"		45.000,00		Buch "Gartenpotential Region Hannover", anspruchsvolle Gestaltung, Auflage 1.000	8.5
	Katalog		20.000,00		Programm, Beschreibung der Gärten, Auflage 5.000, gleicher Anteil "Innere Verrechnung"	8.5
	Flyer		17.000,00		Auflage 300.000	8.5
	Broschüre		58.000,00		12 Seiten, Auflage 300.000	8.5
560 000-017	Internet	35.000,00	5.100,00	5.100,00	Aufbau und Aktualisierung	8.5
560 000-017	Teilnahme an Messen (Reisepavillon, ITB)	11.000,00	23.000,00	23.000,00	Zusatzkosten, teilw. aus allgemeinem Posten "Öffentlichkeitsarbeit"	8.5
560 000-017	Öffentlichkeitsarbeit, sonstige Maßnahmen	25.000,00	55.000,00	55.000,00	sonstige Maßnahmen: Zeitungsbeilagen, Anzeigen, Flyer, Kalender, Plakate, Karten, Veranstaltungsführer, weitere Medien; gleicher Anteil für "Innere Verrechnung"	8.5
570 000-006	externe Organisationsunterstützung ("Generalunternehmer") für : Medienbetreuung, Fundraising, Sponsoring, Merchandising	70.000,00	140.000,00	140.000,00	Kommunikation u. Marketing, Organisation, Veranstaltungen, Fundraising, Sponsoring, Merchandising, Vergabe als Auftrag/Werkvertrag	8.4
xxxxxxx	Veranstaltungen		100.000,00	1.400.000,00	Zuschuss/Vorfinanzierung, Mehraufwand (davon: Landesbühne 500000)	8.2
570 000-110 *	Rechte und Materialein	15.000,00	15.000,00	15.000,00	Fotos, Dokumentation	8.5
650 000-001 *	Bürobedarf	240,00*	240,00	240,00	Mehrkosten über Pauschalbetrag s.u.	8.3
650 000-002 *	Fernmeldegebühren	980,00*	980,00	980,00	dito	8.3
650 000-003 *	Bücher und Zeitschriften	310,00*	310,00	310,00	dito	8.3
650 000-004 *	Dienstreisen	110,00*	110,00	110,00	dito	8.3
Xxxxxxx *	Bürokosten, erhöhter Bedarf	4.500,00*	9.000,00	9.000,00	erhöhter Bedarf, Pauschalbetrag Mehrkosten insg. monatl. 1000,-	8.3
651 000-090	Konzeptentwicklung Veranstaltungsorte	100.000,00	50.000,00	0,00	Konzepte für Veranstaltungsorte, Gartenarchitektur, Vergaben	8.1
651 000-006	Konzeptentwicklung Veranstaltungen	50.000,00	50.000,00	50.000,00	Konzepte für Veranstaltungen, Vergaben	8.2
679 000	innere Verrechnungen	80.000,00	120.000,00	120.000,00	Kosten für Druck- u. Gestaltung, Informationsmaterial, Projektwerbung	8.5
Summen		416.640,00	1.036.740,00	2.310.740,00	3.764.120,00	
Einnahmen						
xxxxxxx	Erlöse aus Vertrieb von Informationsmaterial	0	50.000,00		Kalender, Bücher etc.	8.3/8.4/8.5
xxxxxxx	Zuschüsse, Fördermittel	0	100.000,00			8.3/8.4/8.5
Vermögenshaushalt						
59123	Übertragbarkeit sichern !	2007	2008	2009		
982 000-001	Investive Maßnahmen öffentl. Flächen	600.000,00	850.000,00	50.000,00	Aufwertung , Instandsetzung ausgewählter Gärten, Parkanlagen, Grünanlagen (i.d.R. Kommunen)	8.1
981 000-001	Investive Maßnahmen öffentl. Flächen - Land-	0,00	100.000,00	50.000,00	Aufwertung , Instandsetzung ausgewählter Gärten, Parkanlagen, Grünanlagen (Land Niedersachsen)	8.1
987 000-001	Investive Maßnahmen Privatflächen	100.000,00	200.000,00	50.000,00	Aufwertung , Instandsetzung ausgewählter Gärten, Parkanlagen, Grünanlagen (private/ nicht öffentliche Eigentümer)	8.1



10. Finanzierungskonzept

Die Gesamtprojekt-Einnahmen setzen sich somit wie folgt zusammen:

Tab. 10.1. Übersicht der Gesamtprojekt-Einnahmen

Einnahmebereiche	Volumen
Öffentliche Fördermittel	0
Stiftungen	250.000
Sponsoring und Fundraising	500.000
Gastronomie	40.000
Anzeigenerlöse in Projekt-Publikationen	100.000
Erträge aus Katalogverkäufen, etc.	15.000
Merchandising	300.000
Einnahmen eigener Veranstaltungen	880.000
Beitrag der Region Hannover	1.265.000
Gesamtsumme	3.350.000

Alle Angaben in Euro