

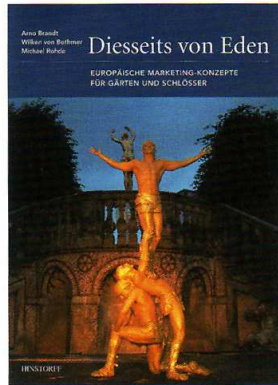
IBA Stadtumbau-Büro (Hrsg.): **Die anderen Städte Band 5: Instrumente.** Deutsch/Englisch, 256 Seiten mit 26 farbigen Abbildungen. Edition Bauhaus. jovis Verlag, Berlin 2007. 24,80 Euro. Viele Städte Deutschlands sind mit Bevölkerungsrückgang, wirt-



schaftlicher Transformation und dem fortschreitenden Alterungsprozess der Gesellschaft konfrontiert. Am Beispiel Sachsen-Anhalts untersucht die IBA Stadtumbau 2010 Möglichkeiten, diesen Problemen zu begegnen. Wer einen Einblick in die Themen der Städte bekommen will, dem dient das Werk als Handbuch, das die Ergebnisse von sechs Jahren Arbeit am Bauhaus Dessau vorstellt. So werden in Dessau Flächen im Rahmen des Programms „400qm Dessau“ an Bürger verschenkt, Bitterfeld und Wolfen werden als Netzstadt eine Kooperation bilden. Insgesamt können die dargestellten Beispiele auch in den Rathäusern anderer Städte zum Nachdenken anregen. Zudem vertreten die Planer vom Bauhaus die These, dass die gegenwärtigen Methoden der Stadtplanung kaum noch den Anforderungen von schrumpfenden Städten entsprechen. Sie stellen ihre spezifischen Instrumente „Städtenetz – Instrument der Kommunikation und Kooperation“, „Evaluation – Prozessanalyse als Qualitätsmanagement“ und den „IBA Stadt MONITOR – eine Service- und Wissensplattform für den Stadtumbau“ vor. Außerdem werden von prominenten Planern, wie beispielsweise Michael Krautzberger die Möglichkeiten von Planungsrecht, der transkommunalen Kooperationen und des Public Private Partnership im Stadtumbau vorgestellt. Eine Pflichtlektüre für Amtsstuben.

Holger Lauinger

Arno Brandt, Wilken von Bothmer, Michael Rohde (Hrsg.): **Diesseits von Eden. Europäische Marketing-Konzepte für Gärten und Schlösser.** 160 Seiten, 12 Farbfotos, mehrere Grafiken, gebunden. Hinstorff Verlag, Rosstock 2006. 19,90 Euro, 34,90 sFr.



Diesseits von Eden erscheint als dritter Band in der Reihe Kultur und Marketing und geht auf eine gleichnamige Tagung zu Marketing-Konzepten für Gärten und Schlösser in Hannover, initiiert von der NORD/LB, zurück (siehe *Garten + Landschaft* 1/2005). Der Band versammelt Beiträge von Experten aus den Bereichen Management, Wissenschaft und Tourismus aus dem europäischen Raum. Ausgangspunkt ist die Problematik, dass vielen privaten und öffentlichen Eignern die Ressourcen fehlen, um historische Kulturobjekte zu erhalten. Dies betrifft die Erfahrung, das notwendige Know-how sowie die finanziellen Mittel. Dabei ist die Situation in Osteuropa aufgrund der historischen Entwicklung noch weitaus problematischer einzuschätzen als im westlichen Europa. Mit einer Vermarktung von Gärten und Schlössern verbinden sich daher die Hoffnungen auf Akquirierung zusätzlicher Geldmittel. Aber auch in Deutschland ist das kulturtouristische Potenzial der zahlreichen historischen Gärten und Schlösser mit ihren jeweils spezifischen Alleinstellungsmerkmalen noch nicht voll ausgeschöpft. Der Blick über Grenzen hinweg kann daher sehr hilfreich sein, insbesondere der Erfahrungsaustausch mit den Betreibern von erfolgreich vermarkter Anlagen, zum Beispiel in England (National Trust), Frankreich (Versailles) oder Österreich (Schloss Schönbrunn). Die Best-Practice-Beispiele zeigen, dass

sich Marketingstrategien mit großem Erfolg umsetzen lassen. Voraussetzung ist, dass sich Gartendenkmalpfleger, Denkmalpfleger, Betreiber, Wirtschaftsförderer und Marketingfachleute verständigen. Nur so lassen sich für jedes Objekt spezifische Lösungen erarbeiten, um nicht nur mehr, sondern auch die richtigen Besucher in die Anlagen zu locken. Dadurch lassen sich Beiträge zur Finanzierung der notwendigen Unterhaltungsmaßnahmen mobilisieren. Leitmotiv für die Nutzung der Anlagen muss jedoch immer das Prinzip der Nachhaltigkeit sein, denn wie schon in der Charta von Venedig festgelegt, darf der zur Erhaltung wünschenswerte Gebrauch die Struktur und Gestalt der Denkmäler nicht verändern.

Holger Muhs

hutterreimann + cejka Landschaftsarchitektur: **Landesgartenschau Wernigerode 2006.** 138 Seiten, etwa 200 farbige Bilder. ISBN: 3-00-019208-5, Eigenverlag 2006, 16 Euro.



Das kleine, fast quadratische Buch lässt die farbenfrohe Landesgartenschau des vergangenen Jahres in Wernigerode aufleben (siehe auch *Garten + Landschaft* 7/2006). Mit vielen Bildern und kurzen Texten erklären die Landschaftsarchitekten hutterreimann + cejka das Konzept und die Entstehungsgeschichte der Landesgartenschau in Sachsen-Anhalt. Ein Schwerpunkt gilt der Materialverwendung, auf die das Büro besonderen Augenmerk legte. Auch nach der Schau ist das Buch ein guter Begleiter durch das Gelände, dessen auffälligstes Gestaltungselement der Fishwalk über die Fischteiche ist. Denn im April wird das Areal als „Bürgerpark Wernigerode“ wieder eröffnet – aufgrund der positiven Resonanz in der Bevölkerung weitestgehend in Gartenschau-Ausstattung.



Es gibt „ihn“ wieder
BERNBURGER ROGENSTEIN



Planen Sie Naturstein mit uns

Interrock Deutschland GmbH & Co. KG
Waterbergstr. 11, 28237 Bremen
Tel. 0421 566 490, Fax 0421 566 49 50
e-mail info@interrock.de

NL Berlin
Sophie-Charlotten- Str.1 - 4
14059 Berlin-Charlottenburg
Tel. 030 321 05 199, Fax 030 301 28 601
e-mail info@interrock.de



Garten+
Landschaft

ANZEIGEN-FAX
0 89/4 36 11 61



Altec GmbH, Rudolf-Diesel-Str. 7
D-78224 Singen, Tel 077 31/87 11-0
Fax 077 31/87 11-11
Internet: <http://www.altec-singen.de>
E-Mail: altec-singen@t-online.de



VERLADESCHIENEN