

FALLGRUPPENUNTERSUCHUNG IN HINBLICK AUF METHODEN DER ERLEBBARMACHUNG HISTORISCHER KULTURLANDSCHAFT



Bearbeiter

Christina Höpflinger,
Matrikel 10085536

vorgelegt bei

Prof. Dr. Ilke Marschall

Prof. Inga Hahn

am 31.10.2018

...

Weinberg reloaded

ANHANG 2

INHALT

1.	VORGEHENSWEISE UND UNTERSUCHUNGSPLAN	09
2.	STAND DER FORSCHUNG	11
3.	DATENERHEBUNG UND SYSTEMATISCHE BESCHREIBUNG	15
3.1	Beispiel LIFE+ MainMuschelkalk	15
3.2	Beispiel Geschichtsw Weinberg Iphofen	25
3.3	Beispiel Schülerweinberg Burgberg Meißen	33
4.	STRUKTURIERENDE QUALITATIVE INHALTSANALYSE	37
5.	BETRACHTUNG DER KATEGORIEN IM KONTEXT DER FALLBEISPIELE	41
5.1	Besucherlenkung	
5.2	Projektinformation	
5.3	Wissensvermittlung	
5.4	Organisatorisches	
5.5	Vernetzung mit anderen Angeboten	
6.	ZUSAMMENFASSUNG	45
7.	QUELLEN	47
	Literatur	
	Abbildungen	

ABBILDUNGEN

Abb. 01	Diagramm zur Darstellung des Ablaufs der Fallgruppenuntersuchung	10
Abb. 02	Beispiel Panoramatafel als Pulttafel	13
Abb. 03	Lage der Untersuchungsgebiete	15
Abb. 04	Lage des Demonstrationsweinbergs Hammelberg im Projektgebiet des MainMuschelkalk-LIFE+ Projektes	16
Abb. 05	Oberhang der Nachbarfläche des Demonstrationsweinbergs Hammelberg	18
Abb. 06	Altes Weinbergshaus mit Insektennisthilfe	18
Abb. 07	Sitzplatz am Weinberg Hammelberg	19
Abb. 08	Informationstafel am Weinberg Hammelberg	19
Abb. 09	Ausschnitt der Übersichtskarte Rundweg Hammelberg	19
Abb. 10	Logo MainMuschelkalk	20
Abb. 11	gezeichnete Ziege als weiteres graphisches Element einer Informationstafel	20
Abb. 12	Infolyer „MainMuschelkalk“, abfotografiert	21
Abb. 13	Cover Begleitheft „MainMuschelkalk“	20
Abb. 14	Infotafel Rundweg Hammelberg - Weinberg	23
Abb. 15	Bilddokumentation der Entwicklung der Hörstationen auf der Projektwebsite	23
Abb. 16	Katja Winter gibt einen Überblick über das Projektgebiet	24
Abb. 17	Lage des Geschichtsweinbergs Iphofen	26
Abb. 18	Luftbild des Geschichtsweinbergs Iphofen mit Biotopkartierung nach §30 BNatSchG	26
Abb. 19	Ansicht Geschichtsweinberg Iphofen - Eingangssituation	27
Abb. 20	Aufrebung, Trockenmauer und Informationstafel am Geschichtsweinberg Iphofen	27
Abb. 21	Ausschnitt Flyer Geschichtsweinberg Iphofen	28
Abb. 22	Logo des LIFE+ Wälder.Wiesen.Wundervoll.	28
Abb. 23	Cover Flyer Geschichtsweinberg Iphofen	29
Abb. 24	Informationstafel am Eingang zum Geschichtsweinberg	29
Abb. 25	freistehende Stele „Mittelalter“	30
Abb. 26	freistehende Stele „1800“	30
Abb. 27	Stele „Lebensraum Trockenmauer“, an Mauer befestigt	30
Abb. 28	Kunststofftafel Zauneidechse, Vorderseite	30
Abb. 29	Einblick in das Weinbergshäuschen	30
Abb. 30	Lage des Weinbergs Burgberg Meißen	34
Abb. 31	Detailplan zur Ausstattung des Burgbergs Meißen	35
Abb. 32	Blick von der Terrasse des Burgaufgangs über die Stadt	35
Abb. 33	Eingangssituation Burgberg Meißen	36
Abb. 34	Logo der Sächsischen Umweltstiftung	36
Abb. 35	Flyer zum Tag des offenen Weinguts in Meißen	37

ABBILDUNGEN

Abb. 36	Cover Arten und Biotope am Terrassenweinberg	37
Abb. 37	Beispielseite Arten und Biotope am Terrassenweinberg - Pflanzenportraits	37
Abb. 38	Infotafel Projektüberblick	38
Abb. 39	Infotafel Lageplan Rebstöcke	38
Abb. 40	Infotafel Geschichte	38
Abb. 41	Infotafel „die Trockenmauer“	38

TABELLEN

Tab. 1	Zusammenhang zwischen Medium und Vermittlungszweck der untersuchten Projektbeispiele	42
--------	--	----

1. VORGEHENSWEISE UND UNTERSUCHUNGSPLAN

Wie können zu vermittelnde Inhalte auf der Fläche eines Demonstrationsweinberges dargestellt werden? Was muss bei der Gestaltung beachtet werden, um die Informationsvermittlung für den Besucher interessant und informativ zu gestalten?

Um sich geeignete Formen der Informationsvermittlung vor Augen zu führen, werden verschiedene Fallbeispiele für Demonstrationsweinberge untersucht. Um diese Untersuchung nachvollziehbar zu machen, lehnt sich das Vorgehen an das Verfahren der inhaltlich-strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2010) an.

Kern dieser Vorgehensweise ist es, an Hand von (Text) Material ausgewählte, inhaltliche Aspekte zu identifizieren, zu konzeptualisieren und das Material systematisch zu beschreiben. Anhand der herausgearbeiteten Aspekte wird ein Categoriesystem gebildet, welches das Material in seiner Gesamtheit reduziert auf das Wesentliche abbilden kann (vgl. Schreier, 2014, online).

Die im Rahmen der sozialwissenschaftlichen Forschung weiterführenden Schritte der „Codierung“, sind jedoch in unserem Fall nicht zielführend. Stattdessen werden die herausgearbeiteten Kategorien im Kontext der unterschiedlichen Rahmenbedingungen der Beispielprojekte betrachtet und auf ihre Gemeinsamkeiten und Unterschiede untersucht. Vergleich und Kontextanalyse bilden so die Basis, um Schlussfolgerungen für das eigene geplante Projekt treffen zu können.

ENTWICKLUNG DES FORSCHUNGSDESIGNS

Fragestellung

Wie wird Information und Wissen an den Standorten vermittelt? Welche Angebote werden dem Besucher gemacht und mit welchen Elementen geschieht die Vermittlung der Kulturlandschaft und den damit verbundenen Inhalten?

Zielsetzung

Es sollen „gut funktionierende“ Methoden der Wissensvermittlung und Darstellung für den eigenen Entwurf abgeleitet werden. Es muss also auch kritisch hinterfragt werden, wie erfolgreich sich die untersuchten Lösungen in der Praxis bewähren und in wie weit sie sich auch erfolgreich umsetzen lassen.

Vorwissen – Hypothesen und Konzepte

In der Vorstufe der Fallstudienuntersuchung ist es notwendig, persönliches Vorwissen sowie das fachliche Vorwissen (Stand der Forschung) als Grundlage der Forschung zu erörtern.

Persönliches Vorwissen

Meine persönliche Erfahrung als „Konsument/Besucher“ in Bezug auf Informationsvermittlung ist, dass Informationstafeln mit viel Text und Grafiken und allgemein langer Verweildauer oft als „langweilig“ empfunden werden. Man möchte sich lieber über die Fläche bewegen, Dinge entdecken und sinnliche Erfahrungen machen als lesend vor einer Tafel zu stehen. Ich erhoffe mir daher Konzepte und Beispiele, welche die Erlebbarkeit in den Vordergrund stellen, also eine Kulturlandschaftsvermittlung zum Anfassen.

Fachliches Vorwissen / Stand der Forschung

Fachliches Vorwissen kann nur dadurch in Erfahrung gebracht werden, in dem die aktuellen Veröffentlichungen in Bezug auf das Thema untersucht werden. Hier boten sich schwerpunktmäßig verschiedene Veröffentlichungen des BHU (Bund Heim und Umwelt in Deutschland) an. Auf Grund des Umfangs wird das zusammengestellte Wissen hierzu in einem gesonderten Kapitel „Stand der Forschung“ dargelegt.

Untersuchungsplan

Da zu Beginn der Untersuchung die zu untersuchenden Parameter noch nicht klar definiert sind, handelt es sich um ein exploratives Forschungsdesign in Form der Rollenden Planung. Die Untersuchung wird als Prozess betrachtet, in dessen Verlauf sich immer wieder neue Erkenntnisse und Möglichkeiten ergeben, welche im weiteren Vorgehen einbezogen werden können (vgl. Legewie 2008, online).

Es wird die Untersuchung einer Fallgruppe angestrebt. Bei der Untersuchung einer Fallgruppe werden mehrere Fallbeispiele betrachtet, die homogen sind, aber in ihrer Vielfalt auch möglichst vollständig das Spektrum an Unterschieden bezüglich des zu untersuchenden Phänomens abdecken (vgl. ebenda).

Der geplante Ablauf wird an Hand des folgenden Diagramms dargestellt.

Diagramm zum Ablauf der Fallgruppenuntersuchung

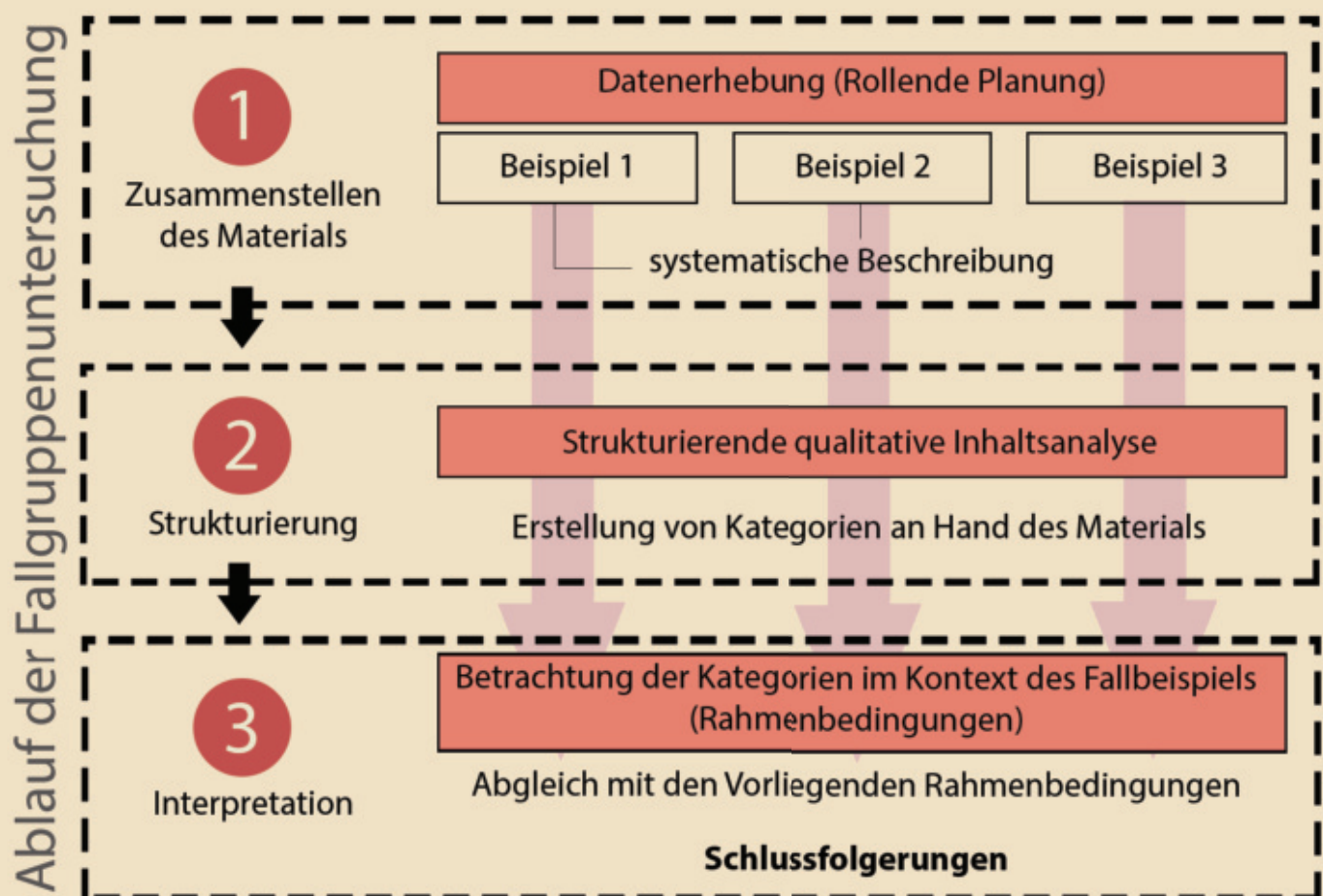


Abbildung 01: Diagramm zur Darstellung des Ablaufs der Fallgruppenuntersuchung auf Basis von Legewie, 2008, online. Erstellt von Höpfinger am 12.06.2018

Vorgehensweise bei Zusammenstellung des Materials (Datenerhebung)

Für die Datenerhebung wurden verschiedene, qualitative Erhebungsmethoden verwendet. Um dem Prinzip der Rollenden Planung gerecht zu werden, wurden keine Fragebögen erstellt, sondern ein lockerer Gesprächsablauf gewählt, dessen Ergebnisse in Gesprächsdokumentationen zusammengefasst wurden.

Des Weiteren wurden Daten durch die persönliche Begehung der Projektflächen erhoben, so dass von einer klassischen Bestandsaufnahme im Sinne der Landschaftsarchitektur gesprochen werden kann.

Schriftliches Informationsmaterial wurde durch die Gesprächspartner bereitgestellt und durch die Internetauftritte der Projekte abgerufen; so dass auch eine Dokumentenanalyse stattfand. Für die beiden Beispiele des MainMuschelkalk in Hammelburg und des Geschichtsweinbergs Iphofen eröffnete zudem die Teilnahme am Abschluss-Symposium des MainMuschelkalk LIFE+ Projektes am 13. und 14. Oktober 2017 in Veitshöchheim die Möglichkeit beide Projekte, das Projektmanagement und Akteure noch näher kennenzulernen.

Vorgehensweise der strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse

Im Teil der strukturierenden Inhaltsanalyse steht das Herausfiltern bestimmter Kriterien im Mittelpunkt, mit deren Hilfe sich die Gesamtheit des Untersuchungsmaterials vollständig abbilden lässt (vgl. Schreier, 2014, online). An diesem Punkt schien es sinnvoll, verschiedene Analyseeinheiten festzulegen, um den Fokus der Untersuchung stärker auf die Ziel- und Fragestellung zu richten. Gezielt betrachtet wurden daher die Schwerpunkte

- Besucherlenkung
- Informationsdarstellung / Informationsvermittlung
- Weitere mögliche Angebote bezüglich des Themenkomplexes historischer Weinbau und/oder Umweltpädagogische Angebote

Vorgehensweise Interpretation und Schlussfolgerung

In der abschließenden Interpretation wurden die, in den Analysen herausgearbeiteten Informationen und Erkenntnisse miteinander verglichen und nochmals im Kontext der unterschiedlichen Gegebenheiten der einzelnen Fallbeispiele beleuchtet. Des Weiteren wurden die Hintergründe und Grundzüge des eigenen Projektes betrachtet und mit den Resultaten der Fallbeispieluntersuchung verglichen. Die daraus gewonnenen Thesen für die Anwendung auf die eigene Entwurfsplanung werden am Ende zusammengefasst.

2. STAND DER FORSCHUNG

Im Rahmen der Falluntersuchung werden die Methoden der Informationsdarstellung- und Vermittlung sowie die Besucherlenkung näher betrachtet. Dabei muss auf das Wechselspiel zwischen Vermittlungsmethoden, der Beschaffenheit des Anschauungsobjektes sowie auf die geplanten Nutzungskonzepte geachtet werden, um diese später selbst zielgerichtet anwenden zu können.

Nach Ebers et al., 1998 (vgl. Eder et al., 2007, S. 34) können drei Vermittlungsmethoden unterschieden werden:

- die beschreibende Vermittlung anhand von Texten, Fotos, Grafiken und Diagrammen. Das Informationsangebot ist rezeptiv, die Betrachter bleiben in einer passiven Rolle
- die interaktive Vermittlung, bei welcher der Betrachter selbst aktiv werden muss um eine bestimmte Information zu erlangen („learning by doing“)
- die sensorische Vermittlung, bei der die Inhalte mit den eigenen Sinnen ganzheitlich erlebt werden. Die bewusste Erfahrung und Ansprache auf emotionaler Ebene ermöglicht vertiefende Umwelt Erfahrungen (im Folgenden wird der Begriff Handlungsorientierte Vermittlungsmethoden verwendet)

Während bei den Handlungsorientierten Vermittlungsmethoden eine Interaktion zwischen Vermittler und Betrachter unabdingbar ist, ist die reine Wissensdarbietung in Form von Medien und Leitsystemen nicht auf einen aktiven Vermittler vor Ort angewiesen. Doch auch die angebotenen Vermittlungsmedien können den Betrachter aktiv werden lassen, in dem sie ihm z.B. eine Aufgabe stellen oder Umsetzungsangebote machen. Hier ergibt sich also eine Schnittstelle zwischen der starren Wissensdarbietung und dem didaktischen Konzept.

Die Einteilung in handlungsorientierte, beschreibende oder interaktive Vermittlungsmethoden ist somit nicht immer einfach. Viele verwendbare Medien können sowohl als reiner Informationsträger als auch als Lehrmaterial genutzt werden, weswegen eine starre Gliederung nur wenig zielführend ist.

Es ist daher sinnvoll, sowohl die Methoden der handlungsorientierten Wissensvermittlung als auch die Nutzung diverser Medien als Informationsträger zu diskutieren und die Bereiche ihrer Anwendung offenzulegen.

Handlungsorientierte Wissensvermittlung

Die handlungsorientierte Wissensvermittlung zeichnet sich durch das aktive Erleben der Beobachter aus. Die Betreffenden stehen meist in Interaktion mit einem Führer oder Anleiter, der das Geschehen lenkt. Dies tritt vor allem bei Führungen, Arbeitseinsätzen, Kursen und anderen Aktivitäten die sich durch Mitarbeit auszeichnen, auf.

Durch den BHU wurden 2012 bereits Methoden im Gelände gesammelt, die dazu dienen sollen, Kulturlandschaft aktiv zu erleben und bewusst wahrzunehmen.

- Sehen und beschreiben lassen (sprechen, Beteiligung)
- Suchen lassen (sehen und sich bewegen)
- Geschichten erzählen statt Vorträge halten (Hören, emotionale Ansprache, Erinnerung/ Erlebnis)
- Zeichnen (sehen und handeln)
- Arbeiten (handeln, fühlen, riechen, Bewegung, Beteiligung)
- Spielen (alle Sinne ansprechen, Spaß, Beteiligung)
- Objekte anfassen, in die Hand nehmen (fühlen)
- Verschiedene Untergründe betreten (fühlen, Bewegung)

vgl. BHU (2012): Beispiele und Methoden zur Kulturlandschaftsvermittlung – Aktiv Kulturlandschaft erleben. S.19

Beschreibende und interaktive Wissensvermittlung

Beschreibende und interaktive Vermittlung von Wissen zeichnet sich vor allem durch das Vorhandensein von Informationsträgern aus. Diese Medien können verschiedene Funktionen erfüllen. Sie dienen als Träger von Information, Fordern zur aktiven Handlung auf, gewähren ungewöhnliche Perspektiven, animieren zum Einsatz vernachlässigter Sinne oder ermöglichen es, Sachverhalte modellhaft übersichtlich darzustellen (vgl. Eder et al., 2007, S.35).

Welches Medium Verwendung findet, hängt von der Zielgruppe ab. Des Weiteren muss berücksichtigt werden, dass ein Medium als Hilfsmittel dienen und nicht vom Originalobjekt ablenken soll (vgl. ebenda).

Typische Medien sind: die Informationstafel, Broschüren, interaktive Installationen, sensorische Installationen, Führungen, Mobiler Rucksack, neue Medien (Walkman, Mobiltelefon, etc.), Modelle, Schauobjekte, Exponate (vgl. Eder et al., 2007, S.35-45).

Abschließend sollen einige der am häufigsten verwendeten Medien im Detail betrachtet werden.

Die Informationstafel

Informationstafeln unterscheiden sich in ihrer Machart und auch in ihrer Benennung, je nachdem welches Ziel sie verfolgen.

„Informationstafeln werden von allen Medien [bei Lehrpfaden] am häufigsten eingesetzt.“ (Eder et al., 2007, S.35). Sie dienen als Hilfsmittel für eine klare Strukturierung der Information, vorausgesetzt sie stehen in sinnvollen Zusammenhang zur Landschaft und arbeiten inhaltlich und gestalterisch effektiv (vgl. Ebers et al. 1998, S.21).

Als Teil von Leitsystemen fungieren sie als Wegweiser und enthalten Informationen, die der Orientierung dienen (z.B. auf Lehrpfaden, Wanderwegen/Rundwegen). Sind sie punktuell angebracht, sollen sie meist ausschließlich Wissen vermitteln oder veranschaulichen.

An Aussichtspunkten kommen vermehrt Panoramatafeln zum Einsatz, die *„ein großflächiges Landschaftserleben“* ermöglichen. Durch Erläuterungen dienen sie als Ergänzung der Aussicht. Durch die Aufstellung als Pulttafel wird für den Betrachter der Vergleich zwischen Bild und realer Landschaft erleichtert und die Zugänglichkeit für Kinder und Rollstuhlfahrer gewährleistet (vgl. Sauerland-Tourismus e.V. 2007, online).

Laut Ebers et al. (1998, S.28f.) muss bei der Konzeption einer Lehrtafel darauf geachtet werden, die Gestaltung an die gewünschten Lernziele anzupassen.

Rein rezeptiv wiedergegebene Informationen werden vom Nutzer relativ schnell wieder vergessen. Die Autorin merkt an, dass die Tafeln zwar gelesen werden, es jedoch offensichtlich schwer fällt, den theoretischen Inhalt mit der Realität in einen Zusammenhang zu bringen. Oft sind Lehrtafeln mit Information überladen oder es fehlen durch detaillierte künstlerische Gestaltung merkbare Schwerpunkte. Ebers kritisiert zudem, dass bei der Gestaltung häufig Didaktik und Wahrnehmungspsychologie wie Schriftgröße, Satzlänge, Textgestaltung und Form- und Farbwirkung unberücksichtigt bleiben (vgl. Ebers et al. 1998, S.20f).

Es macht daher keinen Sinn, die Informationstafel mit möglichst viel komplexer Information zu füllen, vielmehr muss die dargestellte Information beim Erforschen und Entdecken unterstützend wirken.

Für die Gestaltung der Informationstafel werden folgende Empfehlungen gegeben (vgl. Geopark Vulkaneifel 2007, S.6)

- Neugier und Interesse wecken, Provokation
- Bezug zum Besucher herstellen (Ansprache, Kenntnisse)
- Neuigkeiten enthüllen, Überraschungseffekte erzeugen
- Inhalte auf klare Botschaften ausrichten (max. 150 – 200 Wörter, max. 5 Botschaften)
- Zusammenhänge statt einzelne Fakten aufzeigen
- Bei Pfaden: eine Gesamtgeschichte, einen „roten Faden“ erzeugen
- Sachliche Richtigkeit
- Professionell, optisch ansprechend
- Klar gegliedert, leicht lesbar
- Hauptthema und Botschaft klar herausgestellt
- Gepflegter, einwandfreier Zustand

„So zeigt eine nicht-veröffentlichte Studie aus dem Nationalpark Bayerischer Wald, daß Besucher zwar Schilder zu verschiedenen Baumarten gelesen hatten, anschließend aber nicht in der Lage waren, diese zu benennen, da sie diese gar nicht betrachtet hatten (Laux, pers. Mitt.)“

(Ebers et al., 1998, S.21)



Abbildung 02 Beispiel Panoramatafel als Pulttafel.

Interaktive Installationen

Interaktive Installationen werden angewandt, wenn der Nutzer sich aktiv an der Informationserschließung beteiligen soll (vgl. Eder et al., 2007, S.49f.). Das Grundprinzip interaktiver Medien besteht meist darin, eine Frage zu stellen, deren Antwort der Besucher durch gezielte Aktivität (wie Klappen, Drehen, Stecken, Blättern etc.) in Erfahrung bringen soll. Durch die aktive Beteiligung wird der Besucher aus der passiven Rolle des Lesers herausgeholt, wodurch das dargestellte Wissen sich effektiver im Gedächtnis verankert (vgl. Eder et al., 2007, S.38).

Sensorische Installationen

„Die sensorischen Installationen sprechen die Sinne (Gehör-, Geruchs-, Geschmacks-, Seh- und Tastsinn) des Menschen gezielt an. Werden möglichst viele Sinne sensibilisiert, wird ganzheitliches Wahrnehmen gefördert. Die Umgebung wird im wahrsten Sinne des Wortes 'be-griffen'“ (Eder et al., 2007, S.38f.). Beispiele könnten Klanginstallationen, Duftpflanzen, Fernrohre, Summsteine, Tastboxen oder ein Barfußpfad sein. (vgl. ebenda)

Neue Medien

Methoden der akustischen oder elektronischen Vermittlung durch technische Geräte übernehmen die Funktionen von Informationstafeln oder Broschüren oder sind Zusatzangebote für diese (vgl. Eder et al., 2007, S. 43). Die Autoren stellen jedoch die Frage in den Raum, ob der Einsatz technischer Geräte das bewusste Erleben von Natur evtl. beeinträchtigt.

Dazu ist anzumerken, dass bestimmte Personengruppen (hauptsächlich Jugendliche und junge Erwachsene) durch Angebote wie z.B. Geocaching sogar verstärkt motiviert werden, sich wieder in der Natur aufzuhalten; hier also durch den Technik-Einsatz neue Anreize geschaffen werden.

Neue Medien können in vielfältiger Weise zum Einsatz kommen. Über QR-Codes oder Apps können mit dem Smartphone Bilder, Audio-Dateien, Rätselspiele oder digitale Karten abgerufen werden, die das Angebot der Informationsvermittlung vielfältig bereichern.

Vor allem Apps, die den Nutzer in Form von Handlungssträngen und Aufgaben interaktiv durch die Natur leiten, können zu Anziehungspunkten der Freizeitgestaltung werden. Ein Beispiel hierfür ist die Krimi-App „Sabotage im Hansenhohl“ der Stadt Tannhausen, bei der die Besucher analog und digital einen fiktiven Umweltsünder überführen müssen (vgl. impulse-design, online).

Allerdings sollte beim Einsatz solcher Hilfsmittel immer bedacht werden, dass nicht jeder Nutzer über die entsprechende Technik verfügt. Zudem sollte vor der Planung abgeprüft werden, ob an Ort und Stelle der Mobilfunk-Empfang ausreichend gewährleistet ist, so dass die Technik überhaupt zum Einsatz kommen kann.

Begleit-Broschüren / Veröffentlichungen

Handlungsorientierte Begleitbroschüren führen zu mehr Eigenaktivität des Besuchers. Sie können individuell und aktuell nach der Beschaffenheit des Besuchers zusammengestellt werden und somit eine Grundlage für die persönliche Auseinandersetzung mit der Natur schaffen, die durch die rezeptive Wissensvermittlung per Schild nicht gegeben ist (vgl. Ebers et al., 1998, S.23).

Fest installierte Informationsträger (z.B. Tafeln) die durch Broschüren ergänzt werden sollten auch ohne diese gebrauchbar sein, da sie sonst bei „normalen Spaziergängern“ ohne Begleitinformation für Frustration sorgen. (vgl. ebenda)

„Ein Leitsystem hat unter verkehrlicher Betrachtungsweise die ausschließliche Aufgabe, Nutzer mit ihrer Umgebung vertraut zu machen und sie beim Erkennen und Auffinden ihrer Ziele bestmöglich zu unterstützen.“

(Wenzel 2003, S.33)

Methoden der Besucherlenkung

Wegeleitsysteme vereinfachen die Orientierung und sorgen somit für eine positive Auseinandersetzung mit der dargebotenen Information.

Weit verbreitet ist die Besucherlenkung durch Beschilderungssysteme. Hier weiß der Nutzer durch eine wahrnehmbare Systematik, wann er an welchem Ort mit Informationen rechnen kann (vgl. Wenzel, 2003, S. 34).

Grafische Darstellungen wie Piktogramme, Farbeinteilungen, Logos und Übersichtskarten erleichtern das schnelle erkennen und entfalten optisch die größte Wirkung.

Des Weiteren können auch Begleitbroschüren und Flyer, sowie neue Techniken wie das GPS-Tracking die Orientierung unterstützen.

Corporate Design

Regelmäßig verwendete Farben/Symbolik verstärken das Wiedererkennen und unbewusste zuordnen.

3. Datenerhebung und systematische Beschreibung

Auswahl der Untersuchungsobjekte

Für eine umfassende Analyse wurden drei, bereits umgesetzte, Projekte aus dem Themenbereich „historischer Weinberg und Naturschutz“ ausgewählt. Bei einer Internetrecherche wurden zuerst die Stichwörter „historischer Weinbau“, „Weinberg“, „Weingarten“, „Mittelalter“, „Schauweinberg“, „Demonstrationsweinberg“, „Naturschutz“ und „Artenschutz“ in verschiedenen Kombinationen bei der Suchmaschine Google abgefragt.

Weitere mögliche Untersuchungsobjekte konnten durch persönliche Gespräche mit Kommilitonen und durch Beispielobjekte in diversen Fachveröffentlichungen (z.B. Konold, 2013) generiert werden. Ein weiteres Auswahlkriterium war die Erreichbarkeit der Praxisbeispiele. Um den Zeitaufwand für die Anfahrt auf ein vertretbares Maß zu beschränken wurde der lokale Fokus der Suche auf Thüringen, Hessen, Sachsen und Franken beschränkt.

Es kristallisierten sich mehrere mögliche Anschauungsobjekte heraus, bei denen eine weitere Recherche erfolgte, um eine möglichst sinnvolle Auswahl zu treffen. Mittels näherer Betrachtung der Internetauftritte und telefonischer Nachfrage über die genauen Gegebenheiten wurde ermittelt, welche Projekte am ehesten die gesuchten Inhalte repräsentieren und daher für die nähere Untersuchung geeignet sind.

Als Untersuchungsobjekte wurden der Weinberg Hammelberg des LIFE+ Naturschutzprojektes MainMuschelkalk bei Hammelburg, der Geschichtswienberg Iphofen, sowie der Schülerweinberg Burgberg Meißen ausgewählt.



Abbildung 03 Lage der Untersuchungsgebiete. Erstellt von Höpflinger. Kartenquelle: ESRI Arc-Gis - Kartengrundlagen.



Abbildung 04

Lage des Demonstrationsweinbergs Hammelberg im Projektgebiet des MainMuschelkalk-LIFE+ Projektes
 Bearbeitet durch Höpfinger (Lage der beiden Weinberge in Magenta) am 05.09.2017.

3.1 Beispiel LIFE+ MainMuschelkalk

Allgemeine Projektdaten

Das LIFE+ - Naturschutzprojekt „Weinberge und Streuobst auf Muschelkalk“ kurz „MainMuschelkalk“ beschäftigt sich mit der Artenvielfalt von Trockenlebensräumen. In neun FFH-Gebieten werden ehemalige Weinlagen und Streuobstflächen naturschutzfachlich wieder in Pflege genommen und, im Sinne des Natura 2000 - Leitbildes, miteinander vernetzt.

Projektfläche:	4640 Hektar
Rebfläche Hammelberg:	1000 m ²
Lage:	Hammelburg, Landkreis Bad Kissingen in Unterfranken
Projektlaufzeit:	1.8.2012 bis 31.10.2017
Projektträger:	Bayerisches Staatsministerium für Umwelt- und Verbraucherschutz, die involvierten Landkreise sowie Kofinanzierung durch den Bayerischen Naturschutzfonds
Gesamtsumme:	2 565 200 Euro, davon 50% EU-Förderung
Öffentlichkeitsauftritt:	www.mainmuschelkalk.de
Projektmanagement:	Faust Landschaftsarchitekten / Karlstadt/Main vgl. Regierung von Unterfranken (2017)

Allgemeine Projektziele sind die Sicherung und Optimierung der Kulturlandschaftskomplexe mit Trockenlebensräumen, Weinbergstrukturen und Streuobstwiesen mit ihren charakteristischen Artenspektren, sowie die Optimierung und Sicherung der Schutzgüter des Natura 2000-Netzes durch die Förderung des Gebietes als wichtiges Biodiversitätszentrum im europäischen Biotopverbund. Durch das Prinzip "Schutz durch Nutzung" sollen Nutzungsformen durch die menschliche und tierische Landschaftspflege als naturschutzorientierte Maßnahmen durch intensive Öffentlichkeitsarbeit zu mehr Akzeptanz in der Bevölkerung führen (s. Katja Winter, mündlich am 09.07.2017).

Der Standort des Weinberges wurde mit dem Kartendienst "Bayernatlas" betrachtet. Durch das Einblenden verschiedener Layer konnten so auch alle naturschutzfachlich relevanten Flächenfestsetzungen, sowie touristische Nutzungen in der Umgebung ermittelt werden.

Der Weinberg befindet sich im grünen Naherholungsgebiet zwischen den beiden Siedlungen Hammelburg und dem Ortsteil Wertheim. Das Gebiet wird augenscheinlich stark durch Naherholungssuchende (Jogger, Mountainbiker, Spaziergänger) frequentiert. In unmittelbarer Nähe verläuft der Fränkische Marienwanderweg.

Die Fläche liegt im Biosphärenreservat Rhön, dem Naturpark Bayerische Rhön, im Landschaftsschutzgebiet Bayerische Rhön sowie im FFH-Gebiet 5825-371 "Wälder und Trockengebiete östlich Hammelburg". Die Fläche ist zudem im Bayerischen Ökokataster unter der Flächen-ID 90389 (Flächentyp 2) gelistet. Der Flächentyp 2 beschreibt innerhalb des Bayerischen Ökokatasters Flächen, die zu Naturschutzzwecken angekauft oder gepachtet wurden, oder dinglich gesicherte Grundstücke darstellen (Vgl. LFU Bayern (o.J.) *Ökoflächenkataster*. online). Die Fläche liegt nicht im Naturschutzgebiet.

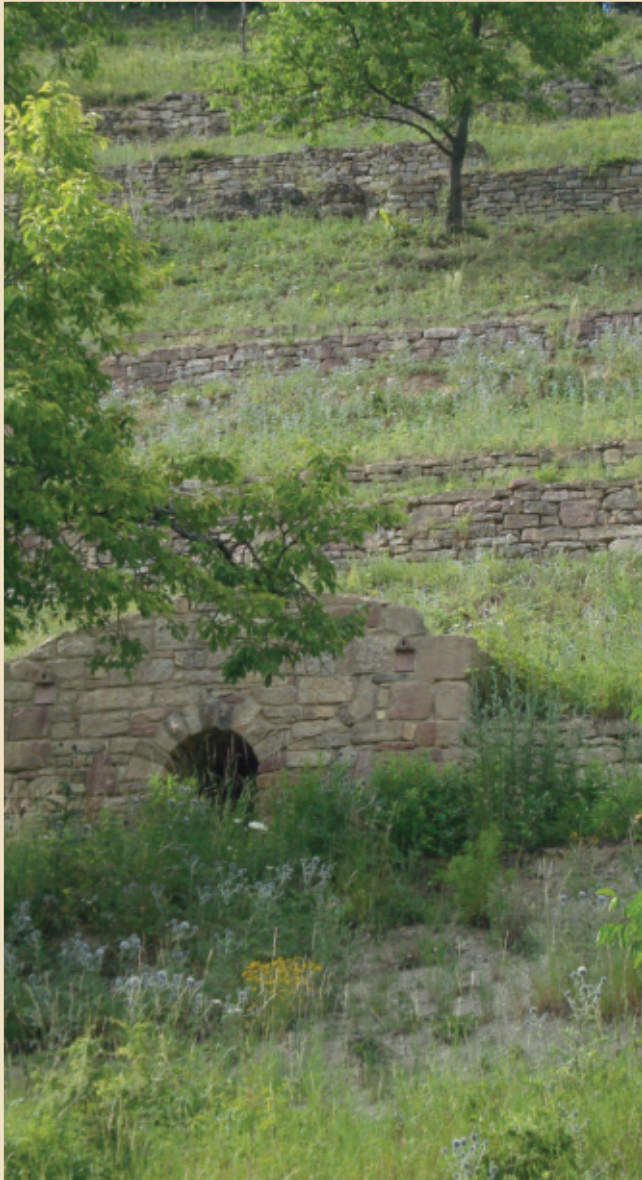


Abbildung 05 Oberhang der Nachbarfläche des Demonstrationsweinbergs Hammelberg (Foto: Höpflinger am 09.07.2017)



Abbildung 06 Altes Weinbergshaus mit Insektennisthilfe (Foto: Höpflinger am 09.07.2017)

Bauliche Ausführung

Der Weinberg Hammelberg wurde im Verlauf des LIFE+Projektes MainMuschelkalk angelegt und ist Teil des „Rundweges Hammelberg“, welcher ebenfalls durch das Projekt initiiert wurde.

Daher sollte man in diesem Fall die Betrachtung der Erlebbarkeit der historischen Kulturlandschaft nicht auf die Weinbergsfläche begrenzen, sondern diese im Zusammenspiel mit den anderen Elementen des hist. Weinbaus bzw. des Artenschutzes entlang des Rundweges sehen.

Bereits zu Beginn des Wanderweges befindet sich ein bauliches Element, dass dem historischen Weinbau zugeordnet werden kann. Zwischen den historischen Trockenmauern wurde die Ruine eines historischen Weinberghäuschens restauriert. Anstatt einer Rekonstruktion entschied man sich jedoch dafür, die fehlenden Mauern teilweise in Form eines Insektenhotels umzusetzen. Das Insektenhaus wurde durch die UNB Bad Kissingen in Zusammenarbeit mit Kindergartenkindern im Jahr 2013 gebaut. Es handelt sich um ein Maßnahmenprojekt zur Förderung der Population seltener Wildbienen, welche am Hammelberg vorkommen. Im Rahmen des LIFE+ Projektes wurde zudem ein Wildbienen-Monitoring durchgeführt (vgl. Lenhart via Email am 14.09.2017).

Auch die benachbarten Flächen des Weinbergs sind sehenswert. Während die Aufrebung lediglich auf der untersten Terrasse vorgenommen wurde, bestechen die Nachbarflächen und oberen Hangabschnitte mit einer Vielzahl von Trockenmauer-Terrassierungen, der Andeutung eines Kellers, alten Obstgehölzen, Wildpflanzen und Schmetterlingsreichtum.

Auch die Trockenmauern gehen auf die Initiative von Herrn Lenhart von der UNB Bad Kissingen zurück. Dieser baute im gesamten Landkreis rund 2.000m² Trockenmauern im Rahmen von Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen (ABM) mit der Unterstützung von damaligen „1-Euro-Jobbern“. Die Umsetzung liegt somit weit vor dem Beginn des LIFE+ Projektes.

Auf der Abbildung 5 lässt sich erkennen, dass beim Bau der Trockenmauer mehrere Sondermodule in das Mauerwerk eingefügt wurden, welche als Nisthilfen für den Wiedehopf fungieren sollten. Eine erfolgreiche Ansiedlung des Wiedehopfs fand aber bisher nicht statt (vgl. Lenhart via E-mail am 14.09.2017).

Am Fuß des Weinberges wurde die Mauer für einen Sitzplatz eingerückt. Der in Stein gehauene Schriftzug "Jugend Thulba 2007" weist darauf hin, dass auch der Sitzplatz bereits vor dem Beginn des Projektes errichtet wurde. Gegenüber des Sitzplatzes (am Hang talwärts) befindet sich die Infotafel des Projektes. Die ursprüngliche Planung, die Weinpflanzung in den Steilhang zu integrieren, konnte wegen der hohen Intensität der Bewirtschaftung durch das kooperierende Weingut Hümmler nicht gewährleistet werden (zu steil für Maschineneinsatz, Aufwand, Kosten, Zeit). Die effiziente Bewirtschaftung erforderte die relativ flache Lage und ein Pflanzabstand der Reben von 1,5 Metern (Marcel Hümmler mündlich am 14.10.2017 während der Abschluss-Exkursion MainMuschelkalk).

Bewirtschaftung

Der Weinberg wird vom Winzer Marcel Hümmler aus Elfershausen biologisch bewirtschaftet. Die Reben werden an Einzelpfählen gezogen und bestehen aus verschiedenen Sorten des alten Fränkischen gemischten Satzes. Die Sortenwahl wurde von Herrn Engelhardt von der Bayerischen Landesanstalt für Wein- und Gartenbau (LWG) Veitshöchheim vorgenommen, es handelt sich um weiße bis lachsfarbene Trauben die im gemischten Satz gekeltert werden. Der erste Ertrag wurde im Herbst 2017 geerntet und ergab insgesamt ca. 60 Liter Wein (vgl. Marcel Hümmler mündlich am 14.10.2017).

Besucherlenkung

Der Besucher wird durch Veröffentlichungen bzw. den Internetauftritt zum Startpunkt des Rundweges geleitet. Zur Orientierung dienen veröffentlichte Kartenausschnitte, sowie GPS-Koordinaten. Im Begleitheft des Projekts findet sich zudem eine Anfahrsbeschreibung. Eine weitere Beschilderung wurde durch die Kommunen zum Zeitpunkt des Besuchs noch nicht umgesetzt, ist aber geplant. (vgl. mündliche Mitteilung U.Faust am 03.08.2017)

Der Besucher wird somit entlang des Rundweges an verschiedenen Elementen der historischen Kulturlandschaft geführt und erhält über das Begleitheft, sowie Informationen/Karten auf den 6 installierten Infotafeln entlang des Weges Orientierungshilfe.

Die Begehung der Weinbergsfläche durch Besucher ist nicht die Intention der Planung, vielmehr wirkt der Weinberg als Teil der umgebenden historischen Kulturlandschaft. Eine Informationstafel sowie ein Rastplatz laden zum kurzen Verweilen ein, eine genauere Betrachtung des Weinbergs bzw. baulicher Elemente oder sonstiger Besonderheiten wird nicht forciert. Die Besucherlenkung konzentriert sich damit allein auf den Rundweg.



Abbildung 07 Sitzplatz am Weinberg Hammelberg.
(Foto: Höpflinger am 09.07.2017)



Abbildung 08 Informationstafel am Weinberg Hammelberg (Foto: Höpflinger am 09.07.2017)



Abbildung 09 Ausschnitt zur Übersichtskarte Rundweg Hammelberg

Öffentlichkeitsarbeit / Medienarbeit

Die Darstellung des Weinberges in der Öffentlichkeit ist komplett der Öffentlichkeitsarbeit des LIFE+ Projektes untergeordnet. Auf Grund der gewählten Schwerpunkte (Ziegenbeweidung, Streuobst) innerhalb des Gesamtprojektes spielt der historische Weinbau nur eine untergeordnete Rolle. Der Weinberg ist innerhalb des Rundweges „Hammelberg“ nur `unter anderem` zu erleben, trägt aber dazu bei, die historische Kulturlandschaft in einer breiten Palette darstellen zu können. Für das LIFE-Projekt wurden folgende Maßnahmen ergriffen:

- Entwicklung Corporate Design
 - Allgemeiner Projekt-Flyer
 - Transportable Projekt-Infotafeln / Rollups
 - Wanderausstellung
 - Audio-Guide mit Begleitheft
 - Informationstafeln
 - LIFE+ Naturführer:in mit regelmäßigem Angebot an öffentlichen und buchbaren Führungen während der Projektlaufzeit
 - Medienarbeit
 - PR-Events und Aktionen
 - Abschließendes Symposium
- (vgl. MainMuschelkalk (o.J.) online)

Logo / Corporate Design

Bei Betrachtung aller verfügbaren Materialien fällt besonders das Logo des Projektes auf. Es zeigt einen Ammoniten, dessen gewundener Verlauf mit Blättern weitergeführt wird.

Der Ammonit ist eindeutig ein sehr aussagekräftiges Symbol für den Muschelkalk und damit auch für das Mainfränkische Landschaftsbild, das vom Zeitalter des Trias geprägt wurde (vgl. MainMuschelkalk (o.J.), online). Durch die blaue Farbe und die gewundene Form kann aber auch Wasser bzw. ein Fluss assoziiert werden, was sicher auf den Main anspielt, der ebenfalls zu den prägenden Elementen Mainfrankens zählt. Die weiterführenden, stilisierten Blätter lassen sich keiner bestimmten Baumart oder Pflanze zuordnen. Sie stehen allgemein für Wachstum und Leben und können somit als Symbol für die biologische Vielfalt interpretiert werden, die das Projekt initiieren und unterstützen will. Beide Elemente, Ammonit und Blätter, gehen in ihrer Form eine Verbindung ein. Sie repräsentieren damit auch die Ziele des Projektes, die gewachsene Kulturlandschaft/das Landschaftsbild "Mainfranken" und die Biodiversität im Einklang miteinander zu verbinden und zu entwickeln.

Die Schriftzüge unter dem Symbol sind in den gleichen Farben gehalten, was ein harmonisches Gesamtbild ergibt.

Die Ziege als weiteres grafisches Element, vermittelt spielerisch die Inhalte, hat einen hohen Wiedererkennungswert und fungiert als Sympathieträger (Maskottchen?) für das Projekt. Unter ihrem Logo können auch die Produkte der Landschaftspflege vermarktet werden. Der Betrachter fühlt sich persönlich durch die Figur angesprochen, was beim formellen Ammoniten-Logo nicht passiert. Sie ist somit eine sinnvolle Ergänzung.



Abbildung 10
Logo MainMuschelkalk.



Abbildung 11 Gezeichnete Ziege als weiteres grafisches Element einer Informationstafel.

Informationsvermittlung

Bei den betrachteten Methoden der Informationsvermittlung wurde zum einen auf die Angebote eingegangen, die dem Nutzer dauerhaft an der Weinbergsfläche zur Verfügung stehen. Zum anderen werden aber auch Elemente der Öffentlichkeitsarbeit des LIFE+ Projektes dargestellt, die nach Ablauf der Projektlaufzeit nicht mehr zur Verfügung stehen. Da das Projekt erst während der Bearbeitungszeit dieser Thesis endet, ist momentan noch nicht ersichtlich, welche weiteren Angebote evtl. in der Nachnutzung durch Dritte entstehen könnten.

Informationsflyer

Der Flyer wurde in den Maßen 21 x 52cm gestaltet und entspricht somit einer stark verlängerten DinA 4 Seite. In gefaltetem Zustand ist die Vorderseite durch ein Panoramabild geprägt und wird von Überschriften und dem Projektlogo sowie den Logos von LIFE und Natura 2000 ergänzt. Die Hinterseite enthält das Impressum (Namen, Adressen, Logos der Projektpartner) und wird gestalterisch durch das Logo des Main-Muschelkalk sowie zwei Arten-Bilder aufgelockert. Aufgeklappt enthält die Vorderseite des Flyers drei Informationstexte zur historischen Kulturlandschaft, der Geologie sowie zu den Lebensräumen und Arten, welche jeweils mit Bildern veranschaulicht werden. Im unteren Drittel befindet sich eine Übersichtskarte des Projektgebietes.

Die Hinterseite hat weniger Platz zur Verfügung da die beiden oberen Klappbereiche bereits durch das Titelbild und das Impressum belegt sind. Der verbliebene Platz widmet sich in Fließtexten und Bildern den Themen Landschaftspflege und den Zielen des Projektes. Gestalterisch befindet sich auf beiden Seiten ein Seitenstreifen am linken Rand der in einem Farbverlauf in den Projektfarben (grün-blau) gehalten wurde. Der Randstreifen wird teilweise von Bildern belegt, für die Legende der Karte genutzt oder von größeren Bildern durchbrochen. Abbildungen von Arten und Lebensräumen wurden mit einer Bildunterschrift erläutert, während die Bilder der Kulturlandschaft (z.B. Schäfer, Winzer bei der Ernte, Landschaftspflege) als Landschaftseindrücke keine Bilderläuterungen enthalten. Auffällig sind die Textüberschriften. Während die Hauptüberschriften in entsprechend großer Schriftgröße in Hellgrün gehalten wurden, sind die Unter-Überschriften etwas kleiner, aber in Dunkelblau-Grau und kursiv. Dadurch heben sich diese, meist in Schlagworten gehaltenen Sätze, deutlich von den Hauptüberschriften ab und stechen mehr hervor.

Die Unterüberschrift ist somit deutlicher im Fokus des Betrachters, die bildliche Sprache ist plakativer und der Leser hat bereits eine grobe Vorstellung über den Inhalt des folgenden Textes. Insgesamt gibt der Flyer einen ausreichenden Überblick über die Inhalte des Projektes. Mit der Übersichtskarte kann man das Projektgebiet, dank der aufgeführten Siedlungen, Autobahnen und Flüsse grundsätzlich grob verorten. Um aber tatsächlich Angebote des Projektes wahrnehmen zu können, bzw. die Gebiete anfahren zu können, benötigt man weiterführendes Informationsmaterial. Die Internetadresse der Projektwebsite findet sich nicht auf dem Flyer.

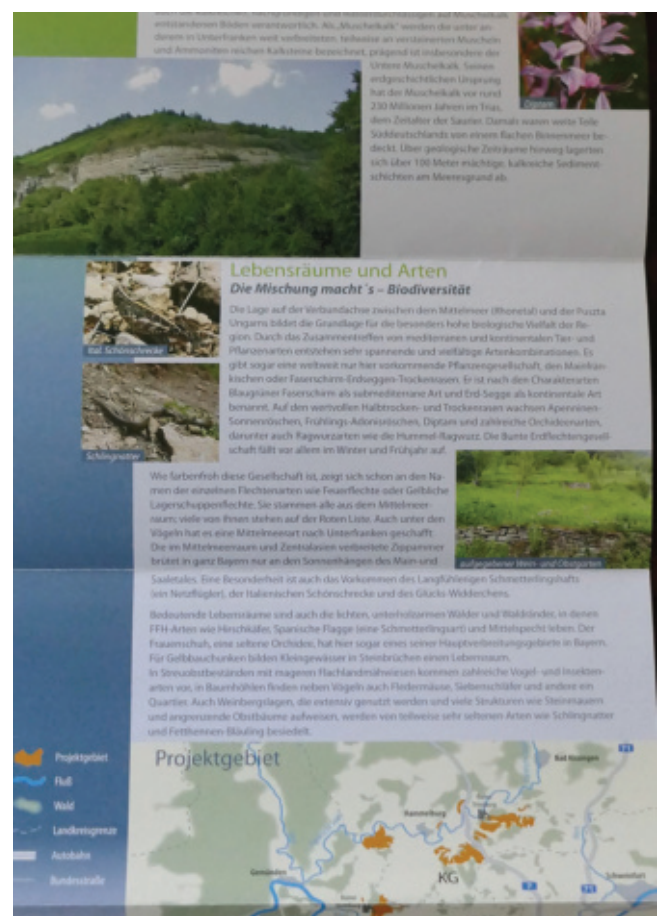


Abbildung 12 Infolyer „MainMuschelkalk“ ab fotografiert, im Original vorliegend

Begleitheft

Das Begleitheft zum LIFE+ Projekt MainMuschelkalk wurde in den Maßen 15x15 cm gehalten. Die Titelseite gleicht gestalterisch der des Infoflyers (gleiches Panoramabild, MainMuschelkalk-Logo, Streifen mit Farbverlauf). Hinzu kommt die Zeichnung der Ziege, die als zusätzliches Leitmotiv neben dem Logo auch die Informationstafeln prägt.

Auf den ersten Seiten befindet sich ein Inhaltsverzeichnis, ein Überblick über die Projektdaten wird gegeben und die Übersichtskarte mit den einzelnen Standorten verortet die einzelnen Projekte und Info-Standorte. Aus den Buchstaben „NATURA (2000)“ wurden die Schlagworte Naturschätze, Artenvielfalt, Tradition, Umbruch, Reaktivierung und Allgemeinwohl abgeleitet. Diese Themen werden im Begleitheft in eigenen Kapiteln behandelt.

Im Anschluss daran werden die Rundwege und die Standorte der einzelnen Informationspunkte nochmals genauer vorgestellt. Bei den Angaben zu den Standorten der einzelnen Punkte werden die Landkreise, Gemeinden und Gemarkungen, sowie die Höhe des Standorts angegeben. Zudem werden GPS-Daten gleich in drei Varianten (GK4, UTM und WGS 84) angegeben. Bei der Vorstellung der Rundwege werden die Wegelänge, die voraussichtliche Dauer der Wanderung und der zu überwindende Höhenunterschied angegeben. Eine Wegbeschreibung erleichtert zusätzlich die Orientierung. Auch die Anfahrt an die Einstiegspunkte zu den Wanderwegen wird im Fließtext detailliert wiedergegeben.

Auf der letzten Seite des Heftes wurde eine transparente CD-Hülle eingeklebt, welche die farbig bedruckte Begleit-CD des Audio-Guides enthält.



Abbildung 13
Cover Begleitheft „MainMuschelkalk“

Informationstafeln

Der Rundweg am Hammelberg umfasst sechs Informationstafeln mit den Themen „Naturschätze“, „Artenvielfalt“, „Tradition“, „Umbruch“, „Reaktivierung“ und „Allgemeinwohl“. In dieser Reihenfolge bilden die Anfangsbuchstaben der Überschriften das Wort „NATURA (2000)“.

Die Tafel in unmittelbarer Nähe des Hammelberger Weinbergs trägt den Titel „Reaktivierung“. Die Inhalte dieser Tafel streifen das Thema Weinbau aber nur sehr begrenzt, zeigen jedoch an Hand von historischem Kartenmaterial die lange Weinbautradition der Gegend.

Alle Informationstafeln des Projektes sind in ihrer Struktur und ihrem Aufbau identisch. Neben den Farben, dem Logo und der Ziege, weitet sich das Corporate Design auch auf die Textfelder und deren Formatierung bzw. den gesamten Aufbau der Tafel aus.

Weitere Beschilderungen bzw. Infotafeln auf dem Weinberg selbst, sind nicht vorhanden. Die Betrachtung beschränkt sich somit auf die Tafeln des Rundweges.

Das Corporate Design des Projektes ist auch auf der Tafel auf den ersten Blick ersichtlich. Farbwahl, Logo und Zeichnungen sind an die anderen Info-Materialien des Projektes angepasst.

Durch das Logo und die Gestaltung der Pfähle lässt sich die Tafel sofort dem MainMuschelkalk-Projekt zuordnen.

Während in der Mitte Umwelt-, Naturschutz- und Kulturlandschaftsthemen in kurzer und prägnanter Form vorgestellt werden, dient die rechte Seite der Tafel der Orientierung entlang des Wanderweges. Ein kleiner QR-Code, ebenfalls am rechten Rand, verlinkt zur Projektwebsite.

Weitere QR-Codes, die teilweise den Textpassagen zugeordnet wurden, verlinken zum zugehörigen Audioguide für weiterführende Informationen rund um das Themengebiet.

Ehr im Hintergrund werden am unteren Rand die Logos der Partner-Institutionen dargestellt.



Abbildung 14

Infotafel Rundweg Hammelberg - Weinberg (Foto: Höpflinger am 09.07.2017)

Audio-Guide

Der Audio-Guide ist eine der umfangreichsten Informationsmedien des Projektes. Auf jeder Informationstafel des Projektes befinden sich QR-Codes, die der Nutzer mit seinem Mobiltelefon ablesen und die hinterlegten Hörbeiträge abspielen kann.

Neben den Hörbeiträgen, die mit den Infotafeln verknüpft sind, gibt es noch ein Begleitheft mit CD, auf der weitere Hörbeiträge zu Hause oder im Auto abgespielt werden können und die das Informationsangebot noch erweitern. („Geschichten vom Main: Wie kommen die Muscheln in den Kalk?“)

Ein kleiner Blick hinter die (Hörstations-)kulissen:



Hörfunkjournalistin Dr. Gabriele Knetsch im Gespräch mit Marcel Hümmel (Hörstation 3)

Abbildung 15

Bilddokumentation der Entwicklung der Hörstationen auf der Projektwebsite.

QR-Codes

Die Audiobeiträge wurden von der Hörfunkjournalistin Dr. Gabriele Knetsch erstellt. Mit verschiedenen Tonaufnahmen, passend eingespielter Hintergrundmusik und professionellen Sprechern, sind die Texte äußerst unterhaltsam gestaltet. Inhaltlich werden bestimmte Zielarten des Projektes vorgestellt, Akteure der Bewirtschaftung und ihre Arbeit erläutert, sowie Informationen zur Geologie und Geschichte der Landschaft vermittelt. Die teilweise eigentlich sehr sachlichen Daten werden durch eine bunte Mischung aus Interview-Beträgen, Tiergeräuschen, Hintergrundmusik und anderen anschaulichen Untermalungen wie z.B. der Erzählung von Sagen ergänzt. Die Länge der Einzelbeiträge beträgt ca. 3-4 Minuten, so dass das Anhören kurzweilig, interessant und sogar lustig ist. Die Erstellung der Audio-Daten wird dem Nutzer auf der Internetseite des Projektes mit Bildern veranschaulicht.

Das Abspielen der Audiodateien scheint nur teilweise gut zu funktionieren. Es kommt wohl auf den Zustand des Mobiltelefons sowie den zur Verfügung stehenden Speicher des Gerätes an (Ulrike Faust, mündlich am 03.08.2017). „Ärger mit der Technik“ könnte also die Freude des Entdeckens beim Nutzer an dieser Stelle stark trüben.

LIFE - Naturführer/in

Für das gesamte Projekt wurde die LIFE+ Naturführerin Katja Winter eingestellt. Sie war zuständig für die Organisation und Durchführung von Führungen, Wanderungen und Fahrradtouren im Projektgebiet. Frau Winter führte jährlich bis zu 28 öffentliche Themen-Führungen durch das Projektgebiet durch. Neben den öffentlichen Führungen mit Schwerpunkt auf der Erwachsenenbildung, wurden auch Kinderführungen und Programme für Schulklassen angeboten. Die jährlichen Themenführungen fanden jeweils nur einmal statt, so dass die Vorbereitung für die einzelnen Führungen vergleichsweise viel Zeit in Anspruch nahm. Zudem war die Öffentlichkeitsarbeit (das Erstellen von Zeitungsartikeln, Medienberichten und die Bewerbung der Führungen) besonders am Anfang des Projektes relativ zeitaufwendig, so dass die Arbeitsstunden während der Führung nur einen vergleichsweise kleinen Teil des gesamten Arbeitsaufwandes ausmachten.

(Katja Winter mündlich am 09.07.2017 (siehe Gesprächsdokumentation im Anhang).

Bei den Führungen handelt es sich um „Spaziergänge“ mit einer Dauer von ca. 1,5 Stunden. Im Verlauf des Weges wird immer wieder ein Halt an besonderer Stelle eingelegt um bestimmte Themen anzusprechen und zu erläutern. Neben einer Klärung von Begriffen wie „Natura 2000“ und der Landschaftspflege von historischer Kulturlandschaft, liegt der Schwerpunkt auf den verschiedenen geschützten Arten in ihrem Lebensraum und deren Erhaltung.



Abbildung 16

Katja Winter gibt einen Überblick über das Projektgebiet
(Foto: Höpflinger am 09.07.2017)

In kurzen Arten-Steckbriefen werden in der „Ich-Form“ vorkommende Tierarten und deren Lebensräume und Erfordernisse vorgestellt. (z.B. „Hallo, ich bin die Schlingnatter und auf den heißen Steinen der Trockenmauer fühle ich mich besonders wohl.“ etc.). Zudem konnten Pflanzen, die am Wegesrand entdeckt wurden, besprochen bzw. bestimmt werden. Für Kinder wurden zur Naturbeobachtung (Käfer etc.) Becherlupen mitgeführt.

Bei der besuchten Führung am 09.07.2017 wurde das Programm mit einer Weinprobe im benachbarten Weingut Mey abgerundet (Einbeziehung lokaler Akteure).

Fazit der Eindrücke

Aus der Besucherlenkung des Projektes lassen sich einige Verbesserungen ableiten, die Orientierung war teilweise schwierig wenn nicht alle Infomaterialien verfügbar waren. Die Besucherlenkung auf dem Berg selbst, und die Vermittlung des hist. Weinbaus an Hand der Rebpflanzung ist nicht vorgesehen.

Die Materialien zur Informationsvermittlung (Flyer, Begleitheft, Infotafeln) enthalten in unterschiedlicher Ausprägung Elemente der Orientierung, Vernetzung und Wissensvermittlung. Alle diese Medien, so wie auch die Projektwebsite, sind durch ein Corporate Design (Logo, Farbwahl, Schriftsatz etc.) ähnlich gestaltet und lassen sich somit optisch leicht dem Projekt zuordnen. Besonders das Ammonit-Logo und die Ziege stehen im Vordergrund und haben Wiedererkennungswert.

Da das LIFE+ Projekt erst Ende 2017 ausläuft, ist noch nicht abzusehen wie die Folge- und Nachnutzungen verlaufen werden und in wie weit sich evtl. auch noch neue Ideen und Anwendungen entwickeln werden.

3.2 Beispiel Geschichtsweinberg Iphofen

Allgemeine Projektdaten

Der Geschichtsweinberg Iphofen ist Teil der Maßnahmenumsetzung des LIFE+ Naturprojektes zur Sicherung des Steigerwaldrandes Iphofen „Wiesen.Wälder.Wundervoll.“.

Allgemeine Ziele des Projektes waren die Sicherung des Waldrandes des Steigerwaldes als Baustein des Natura 2000 Schutzgebietsnetzwerkes sowie als wichtiges Biodiversitätszentrum und Schmetterlingslebensraumes.

Im Zentrum steht die Betrachtung des Geschichtsweinberges, teilweise werden aber auch weitere Inhalte des LIFE+ Projektes einbezogen um verschiedene Elemente in ihrer Gesamtheit sehen zu können (vgl. LIFE+ Wiesen.Wälder.Wundervoll. (o.J.), online).

Projektfläche gesamt:	3142 Hektar
Weinbergsfläche:	2000 m ²
Lage:	Stadt Iphofen (Unterfranken)
Projektlaufzeit:	1.10.2010 bis 31.12.2014
Projektträger:	Stadt Iphofen, Markt Einersheim, Bayerische Staatsforsten, Bay. Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit.
Gesamtsumme:	1 631 786 Euro, davon 50% EU-Förderung LIFE+
Öffentlichkeitsauftritt:	www.life-steigerwald.eu www.iphofen.de
Projektmanagement:	H&S Projektmanagement Freising (vgl. LIFE+ Wiesen.Wälder.Wundervoll. (o.J.), online).

Der Geschichtsweinberg soll dem Besucher den Weinbau in verschiedenen Epochen demonstrieren. Auf drei Weinbergterrassen wurden Weinpflanzen nach historischen Vorbildern gesetzt (Mittelalter, um 1800 und um 1930).

Es soll Weinbaugeschichte und Artenschutz "zum Anfassen" demonstriert werden. Naturschutzfachlich wertvolle Lebensräume, die ehemals durch den historischen Weinbau gefördert wurden, sollen wieder entstehen und zum Artenschutz beitragen (Trockenmauer, Weinberghäuschen, Lesesteinriegel, Hecken, Streuobstwiese mit alten Sorten) (Vgl. Iphofen, o.J., online).

Die Fläche befindet sich im näheren Einzugsgebiet der Stadt Iphofen und ist vom Stadtzentrum fußläufig in ca. einer Stunde erreichbar. Sie liegt direkt am Waldrand des Mittelwald Iphofen. Die gesamte Hanglage zwischen Wald und Stadt Iphofen ist vom Weinanbau geprägt.



Abbildung 17
Lage des Geschichtsweinbergs Iphofen, ohne Maßstab.



Abbildung 18
Luftbild des Geschichtsweinbergs Iphofen mit Biotopkartierung nach §30 BNatSchG, ohne Maßstab.

Auf der Fläche befanden sich im Jahr 2010 drei §30-Biotope (siehe Abbildung Nr. 18), der Bayernatlas gibt jedoch keine nähere Auskunft über ihre Beschaffenheit. Die Fläche befindet sich im FFH-Gebiet „Vorderer Steigerwald mit Schwanberg“, im Vogelschutzgebiet „Südlicher Steigerwald“ und im Landschaftsschutzgebiet „Naturpark Steigerwald“. Sie ist zudem Teil des NSG „Halbtrockenrasen am Schwanberg“ (vgl. Daten Bayernatlas, online).

Für die Darstellung des Luftbilds wurden alle Layer, bis auf die Biotopkartierung, ausgeschaltet. Es ist zu erkennen, dass die §30-Biotope nur in geringem Maße beansprucht wurden.

Die über dem Weinberg liegende Fläche wurde als Streuobstwiese wieder hergestellt, so dass an dieser Stelle eine neue Übergangszone zwischen Landwirtschaft und Wald geschaffen wurde.

Unterhalb der Fläche befindet sich am Straßenrand ein kleiner Parkplatz von dem aus auch mehrere Wanderwege begangen werden können. Dies hat den Vorteil, dass auch Menschen, die nicht die einstündige Wanderung von Iphofen aus unternehmen wollen, den Weinberg besuchen können. Der Parkplatz scheint zudem ein strategischer Sammelpunkt für Wandergruppen jeder Art zu sein, so dass sich hieraus sicherlich weitere potentielle Besucher des Geschichtsweinbergs ergeben.

Bauliche Ausführung

Der Weinberg besteht aus drei Terrassen, die jeweils durch Trockenmauern befestigt wurden. Seitlich der Terrassen führt eine Steintreppe mit Gusseisernem Geländer entlang. Auf einer vierten Erhöhung befindet sich das Weinbergshäuschen aus Holz, verschiedene Sitzgelegenheiten und ein Mülleimer.

Das Innere des Weinbergshäuschens wird als Ausstellungsfläche verwendet. Weitere Informationen werden sich auf dem Gelände in Form von Informationstafeln, Stelen und Kunststoffelementen wiedergegeben.

Die drei bepflanzten Terrassen sind mit unterschiedlichen Sorten bestückt.

1. Terrasse (Mittelalter): 100 Stock Weißer Heurnisch, 140 Stock Weißer Elbling, 12 Stock Weißer Räuschling, ergeben die Weinqualität Landwein. Gepflanzt an 1,60m langen Pfählen aus gespaltenen Eiche.

2. Terrasse (ca. 18. Jhd.): 100 Stock Grüner Silvaner, 100 Stock Blauer Silvaner, 50 Stock roter Silvaner, 25 Stock Traminer, 12 Stock Roter Muskateller, 12 Stock Gelber Muskateller, 20 Stock Vogelfränkisch, 20 Stock Adelfränkisch, 20 Stock Weißer Metling. Dreipfahlerziehung. Gekeltert im gemischten Satz, genannt „Frentsch“, entspricht der Qualität des heutigen Qualitätsweins.

3. Terrasse (ca. 1950): alle Pflanzen Silvaner Wü 0318, ein gelber Silvaner (Premiumklon, heute noch gebräuchlich), gepflanzt in Drahtanlage, bestehend aus Holzstöcken und 4 Drähten. (Qualität wurde hier nicht angegeben)

Der Geschichtsweinberg ist von der darüber liegenden Streuobstfläche durch einen Holzzaun getrennt. Der Zaun hat im Eingangsbereich der Treppenstufen, sowie am oberen Punkt der Fläche (Übergang Wald/Streuobstwiese) Türen, die durch einen Federmechanismus selbst schließen.

Bewirtschaftung

Der Weinberg wird durch die Familie Popp vom Weingut und Altstadtthotel Bausewein in Iphofen bewirtschaftet. Hierfür wurde die Gemeinschaft „Bergwinzer Iphofen“ gegründet. Der Weinberg wird gezielt für Weinerlebnis-Gästeführungen genutzt, zudem finden häufig Weinproben auf der Fläche statt (Bellanti & Popp mündlich am 13.10.2017.)



Abbildung 19
Ansicht Geschichtswinberg Iphofen - Eingangssituation.



Abbildung 20
Aufreihung, Trockenmauer und Informationstafel am Geschichtswinberg Iphofen.

Öffentlichkeitsarbeit / Medienarbeit

Der Weinberg wurde im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des LIFE+ Projektes bekannt gemacht. Während der Projektlaufzeit wurden laufend Führungen und Exkursionen angeboten, auch den Stadtführern von Iphofen wurden die Projektmaßnahmen erläutert.

Nach Ablauf des LIFE+ Projektes ist der Geschichtsweinberg durch den Internetauftritt der Stadt Iphofen weiterhin präsent. Er ist als touristische Attraktion und Ausflugsziel unter weiteren Wein-Erlebnis-Angeboten aufgeführt und somit Teil des Tourismuskonzeptes der Stadt geworden.

Der gesonderte Informationsflyer für den Geschichtsweinberg wird auch nach Ablauf der Projektlaufzeit, unabhängig vom LIFE+ Projekt, genutzt.

Besucherlenkung

Dank der öffentlichen Darstellung des Projektes auf der Website der Stadt Iphofen ist der Geschichtsweinberg leicht zu finden. Da er sich an einem Sammelpunkt/Knotenpunkt für verschiedene Wanderwege befindet und zusätzlich über Parkmöglichkeiten verfügt, kann er leicht erreicht und auch zufällig entdeckt werden.

Über den angelegten Weg, bzw. die Treppe wird der Besucher über die Fläche geleitet. Durch die Türen am oberen und unteren Ende der Wegeführung kann der Weinberg auch als Durchgang zur Erschließung der oberhalb liegenden Waldwege genutzt werden.

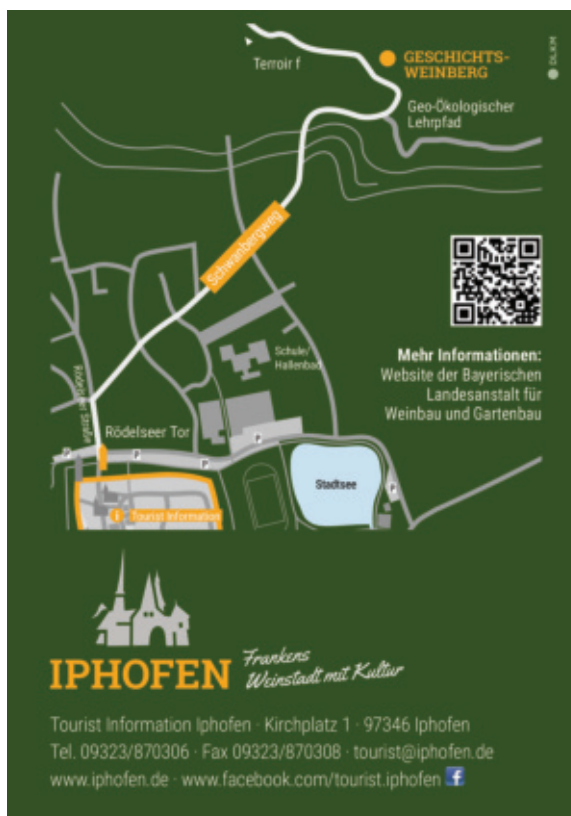


Abbildung 21

Ausschnitt Flyer Geschichtsweinberg Iphofen - Lageinformation für Touristen.

Logo / Corporate Design

Das Logo des LIFE+ Projektes Wiesen.Wälder.Wundervoll – Iphofens Kulturerbe Mittelwald bedient sich den Farben Grün und Blau und tritt eher als flächiges Bild auf statt als Einzelsymbol.

Für die im Zentrum des Projektes stehende historische Waldnutzung des Mittelwaldes steht der Baum der von einem Kind am Bildrand betrachtet wird.

Dies impliziert im Grunde schon, dass es „dort etwas Interessantes zu entdecken gibt“ also die historische Kulturlandschaft im hier und jetzt wahrzunehmen, zu erleben und die Natur zu entdecken.

Die farbliche Trennung des Hintergrundes könnte bereits darauf hinweisen, dass besonders der Waldrand eine Rolle spielt und man sowohl Wald (grün) als auch Freiraum (blau) und ihre Abgrenzung innerhalb des Projektes beleuchten möchte.



Abbildung 22

Logo des LIFE+ Wälder.Wiesen.Wundervoll.



Abbildung 23
Cover Flyer Geschichtsweinberg
Iphofen.



Abbildung 24
Informationstafel am Eingang zum
Geschichtsweinberg (Foto: Höpflinger
am 15.09.2017)

Informationsvermittlung

Informationsflyer

Der Informationsflyer des Geschichtsweinbergs besteht aus einem doppelt gefalteten DinA4-Blatt. Er erscheint im ersten Blick wie ein kleines Heft, dessen Vorderseite durch ein Großes Bild, eine Überschrift und das Logo der Stadt Iphofen geprägt ist. Die Rückseite des „Heftes“ enthält einen Plan, auf dem der Weg von der Touristinformation Iphofen bis zum Weinberg ersichtlich ist. Des Weiteren sind die Kontaktdaten der Touristinformation und der QR-Code für die Verlinkung zur Bayerischen Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau angegeben.

Nach dem ersten Aufklappen, erhält man auf eine kurze schriftliche Vorstellung und Empfehlungen für den Besuch des Weinbergs (festes Schuhwerk, 30-40 Minuten für den Besuch einplanen etc.). Entfaltet man den Flyer zu seiner vollen Größe, wird auf der Rückseite des DinA4-Blattes ein Plan des Weinbergs ersichtlich, der die Lage der Infotafeln und deren Themen verdeutlicht.

Erwähnenswert ist, dass im Inneren des Flyers durchaus mit dem Corporate Design des LIFE+ Projektes gearbeitet wurde und auch das Logo, die Logos der Projektpartner und der „staunende Junge“ abgebildet wurden. Im Zusammengeklappten Zustand ist jedoch ausschließlich erkennbar, dass es sich um ein Angebot der Stadt Iphofen handelt. Dies kann als Zeichen dafür gedeutet werden, dass der Weinberg nach Auslaufen des LIFE+ Projektes sinnvoll in das Tourismusangebot der Stadt integriert wurde. Auch die Farbgebung (Iphofens Logo besteht aus den Farben Grau und Orange) wurde harmonisch ergänzt.

Informationstafeln

Die Informationen werden auf Tafeln unterschiedlicher Größe und Machart vermittelt. Die größeren Stelen bestehen aus bedruckten Glasplatten, die mit korrodiertem Stahl hinterlegt wurden. Durch den rostbraunen Hintergrund ist die weiße Schrift sehr gut zu lesen.

Die Informationstafel im Eingangsbereich des Weinberges enthält vor allem Überblicksinformationen über das Projekt, sowie einen Lageplan der Fläche. Der „Junge“ aus dem Projektlogo tritt überdimensional in den Vordergrund und fungiert auch auf den anderen Informationstafeln auf der Weinbergsfläche neben den ausgewählten Materialien immer wieder als Stilelement.

Die verknüpfenden Elemente der Projektpartner, sowie das vollständige Projektlogo halten sich im Hintergrund.

Die Informationsstelen auf dem Geschichtsweinberg sind von der gleichen Machart, jedoch deutlich schmäler. Auf jeder Terrasse wird innerhalb einer Stele auf das historische Vorbild der Pflanzung eingegangen. Zusätzliche Schilder beschäftigen sich mit den Themen Trockenmauer, Streuobstwiese und Waldsaum. Die Stele „Waldsaum“ befindet sich, wie das Eingangsschild, bereits außerhalb der Umzäunung, so dass durch die Schilder auch eine Vermittlung zwischen „Innen und Außen“ stattfindet und die Beschilderung außerhalb der Fläche zum Betreten des Weinbergs motiviert.

Auf den Stelen im Bereich der Projektfläche findet nun ausschließlich Wissensvermittlung statt. Durch die Materialien, Farben und den „staunenden Jungen“ sind sie optisch an die Informationstafel am Eingang angepasst.



Abbildung 25
freistehende Stele „Mittelalter“
(Foto: Höpflinger am 15.09.2017)



Abbildung 26
freistehende Stele „1800“ (Foto: Höpflinger am 15.09.2017)



Abbildung 27
Stele Lebensraum Trockenmauer, an der Mauer befestigt (Foto: Höpflinger am 15.09.2017)

Auf der mittleren Terrassenebene wurden zudem drei Kunststofftafeln zum "Aufklappen" befestigt, die sich mit den Arten Schlingnatter, Zauneidechse und Ortolan beschäftigen. Auf der Hinterseite der Klappen befinden sich kurze Steckbriefe zu der Lebensweise der Art. Bei einer Klappe hatte sich die Befestigung bereits teilweise gelöst. Die Kunststofftafeln sind farblich so gehalten, dass sie sich dem Aussehen des korridierten Stahls gut anpassen. Diese Elemente können dem Bereich der interaktiven, darbietenden Wissensvermittlung zugeordnet werden.

Das Weinberghäuschen ist jederzeit zugänglich. Im Innenraum wurden an den drei fensterlosen Wänden Informationstafeln angebracht, die sich mit der Geschichte des Weinbaus und den Iphofener Weinbauernfamilien auseinandersetzen. Die Dunkelgrünen Tafeln grenzen sich in ihrer Machart deutlich von den Tafeln im Außenbereich ab und erinnern eher an Schultafeln. Die gezeigten Privataufnahmen der Weinbergfamilien stellen einen Bezug zu den Weinbauern und somit zu den Menschen der Region her. Man vergegenwärtigt sich, dass der Weinbau die Region bereits seit Generationen prägt.



Abbildung 28
Kunststofftafel Zauneidechse Vorderseite (Foto: Höpflinger am 15.09.2017)



Abbildung 29
Einblick in das Weinberghäuschen (Foto: Höpflinger am 15.09.2017)

Fazit der Eindrücke

Auf den Informationstafeln werden Inhalte der Orientierung, Vernetzung und Wissensvermittlung dargestellt. Jedoch beinhaltet nicht jede Tafel alle Schwerpunkte, sondern diese wurden räumlich strukturiert eingesetzt. Während die Tafel im Eingangsbereich hauptsächlich der Orientierung und Vernetzung dient, beschäftigen sich die Tafeln auf der Fläche ausschließlich mit der Wissensvermittlung. Auf Grund der überschaubaren Fläche des Weinbergs, sind Orientierungs-Inhalte dort auch nicht notwendig.

Die Tafeln sind durch Material, Machart und das Logo des „Jungen“ in einem Design gehalten, nur die Tafeln innerhalb des Häuschens setzen sich davon ab. Es lässt sich davon ausgehen, dass die Materialien innerhalb des Holzhauses weniger ansprechend gewirkt hätten. Zudem stellen die dunkelgrünen Platten im Inneren des Häuschens optisch den Bezug zum dunkelgrünen Informationsflyer her.

Entlang des Treppenaufgangs ist die Verweildauer wegen des Aufstiegs und der Platzsituation eher kurz, hier passt sich die dargebotene Information gut an, da sie sehr knapp gehalten ist. Im Inneren des Weinbergshäuschens dauert das Lesen entsprechend länger, die Aufenthaltsqualität mit Sitzmöglichkeiten und der Aussichtsplattform ist jedoch auch darauf ausgelegt.

Die unterschiedlichen Maße der Tafeln verleihen der Darbietung ein gewisses Spannungsfeld und Abwechslung auf der Fläche.

Der Geschichtsw Weinberg wurde im Zuge des „After-LIFE“ sinnvoll weitergenutzt und optisch leicht in das bestehende Tourismuskonzept der Stadt integriert. Trotz zwei unterschiedlicher Corporate Designs (Stadt Iphofen – LIFE + Mittelwald Iphofen) ist es gelungen, beide nebeneinander darzustellen und Bezüge in beide Richtungen aufrecht zu erhalten. Der Geschichtsw Weinberg rückt damit auch als eigenständiges Angebot mehr in den Mittelpunkt. Flyer und beide Websites (Projektwebsite und Website-Stadt Iphofen) stehen durch Farbwahl und Logos optisch in Verbindung. Die Informationstafeln auf dem Weinberg sind eher neutral gehalten. Die Abbildung des „Jungen“, welcher auch im Flyer zu sehen ist, vermittelt als Verbindungsglied zwischen den Designs von Stadt Iphofen und LIFE+.

Durch die Klapptafeln wurden Elemente eingebracht, die zur Eigeninitiative (umklappen, raten, anfassen) anregen. Im Grunde kann auch das Weinbergshaus so gesehen werden, denn der neugierige Besucher muss den Riegel verschieben, die Türe öffnen und eintreten, also aktiv erkunden und entdecken.

3.3 Beispiel Schülerweinberg Burgberg Meißen

Allgemeine Projektdaten

"Um einen eigenen nachhaltigen Beitrag zur Erhaltung und Wiederherstellung des natürlichen und kulturellen Erbes der Weinbaulandschaft des Elbtales zu leisten, hat der Naturschutzfonds der Sächsischen Landesstiftung Natur und Umwelt im Jahr 2006 an historischer Stelle einen Teil des südlichen Burgberges in Meißen erworben mit dem Ziel des Neuaufbaues von Weinbergterrassen mit Trockenmauern und der Aufrebung eines Weinberges." (LANU, o.J., online)

Unter Einbeziehung verschiedener Akteure (Stadt, Landkreis, UNB, Denkmalschutz, Weinbauverband, LfU, LfULG) wurden die Trockenmauerbiotope des Meißener Burgberges (wieder)hergestellt und dadurch das charakteristische Landschaftsbild der Stadt bereichert, sowie ein Beitrag zur Umweltbildung geleistet.

Auf dem Demonstrationsweinberg sollen gleichermaßen die Anliegen von Weinbau, Naturschutz, Umweltbildung und Tourismus umgesetzt und miteinander verbunden werden um somit als Modellprojekt das positive Zusammenwirken von Naturschutz und Landnutzung in der Kulturlandschaft aufzuzeigen. (vgl. LANU, o.J., online)

Projektfläche/ Weinbergsfläche gesamt: Rebfläche:	1869 m ² 700 m ²
Lage:	Stadt Meißen
Projektlaufzeit:	2010 bis 2012
Projektträger:	Sächsische Landesstiftung Natur und Umwelt (LANU)
Finanzierung:	Naturschutzfonds aus Zweckerträgen der Lotterie GlücksSpirale, private Spenden und Sponsoren
Öffentlichkeitsauftritt:	www.lanu.de/de/Gestalten/Burgberg-Meissen.html
Projektmanagement:	Dr. Volkmar Kuschka, Biologe, Frau Dr. Kretschmann, Sächsische Landsiedlungsgesellschaft (SLS), Planungsbüro Vogel und Bender Freiraumplanung
Projektleitung:	Dr. Ing. Regina Walz (vgl. LANU, o.J., online)

Der Demonstrationsweinberg "Burgberg Meißen" liegt direkt in der Stadt Meißen am Burgberg der Albrechtsburg.

Die Lage dieses Weinberges besticht vor allem durch ihre Nähe zur Albrechtsburg und dem Meißener Dom, so dass man in diesem Zusammenhang sicher von einem Ensemble sprechen kann. Der Weinberg trägt an dieser Stelle tatsächlich als weiteres prägendes Landschaftselement zur Atmosphäre des Burgbergs bei. Touristisch interessant ist außerdem die direkte Nachbarschaft zum Romantik-Hotel Burgkeller und dem Restaurant Domkeller, sowie auch der direkte Blick auf die Elbe.

Die Fläche unterliegt keinen Naturschutzfachlichen Festlegungen. (LfU Sachsen – Kartenviewer, abgerufen am 11.09.2017, online)



Abbildung 30 Lage des Weinbergs Burgberg Meißen im Luftbild.

Bauliche Ausführung

Zur Betrachtung liegen verschiedene Vorentwürfe und Detailpläne des Landschaftsarchitekten vor. Im Vorentwurf wurde der Terrassenweinberg des Burgbergs Meißen rekonstruiert und die einzelnen Funktionsflächen festgelegt. Hauptaspekte waren die Erschließung und Wegeführung, die Gestalt des Terrassenweinberges (Bewegte Kontur der Mauer- versatz der Trockenmauern, Pflanzstreifen, Böschungen), sowie die Einrichtung eines Aufenthaltsplatzes mit Sitzgelegenheiten und einer berankten Pergola. Da bereits klar war, dass der Weinberg durch Schul- klassen bewirtschaftet werden soll, wurde der Sitz- platz zielführend für größere Gruppen konzipiert, so dass die Schüler den Platz für Arbeitspausen bzw. Lehrangebote in der Gruppe nutzen können. Unter Berücksichtigung dieser Nutzergruppe (Schulklassen) wurden weitere Sicherheitsaspekte in den Entwurf integriert, z.B. Rankgerüste, die gleichzeitig als Ab- sturzsicherung dienen und Bewirtschaftungswege, die grundsätzlich unterhalb der Mauern verlaufen.

Auf die Belange des Natur- und Artenschutzes wurde eingegangen, in dem vorhandene Bäume zum Teil er- halten blieben und auch die Bestandsflächen mit der Rote-Liste-Art Aufrechtes Glaskraut in die Flächen- nutzung so integriert wurden, dass die Bestände er- halten blieben. Auch bestehende Trockengebüsche blieben erhalten (§30-Biotop nach BNatSchG). Des Weiteren wurden Lesestein-Haufen und Neupflan- zungen mit heimischen Gehölzen geplant. Für den Weinberg selbst wurden drei Terrassenstufen mit Trockenmauern befestigt und damit insgesamt 700m² Rebfläche hergestellt. Oberhalb der Mauer- krone wurden Pflanzenstreifen mit heimischen Wild- kräutern angelegt. Die Böschungen wurden mit Saat- gutmatten befestigt (vgl. LANU, o.J., online). Entlang der Weinbergmauern wurde ein Lehrpfad mit Informationstafeln und Kunstobjekten installiert.

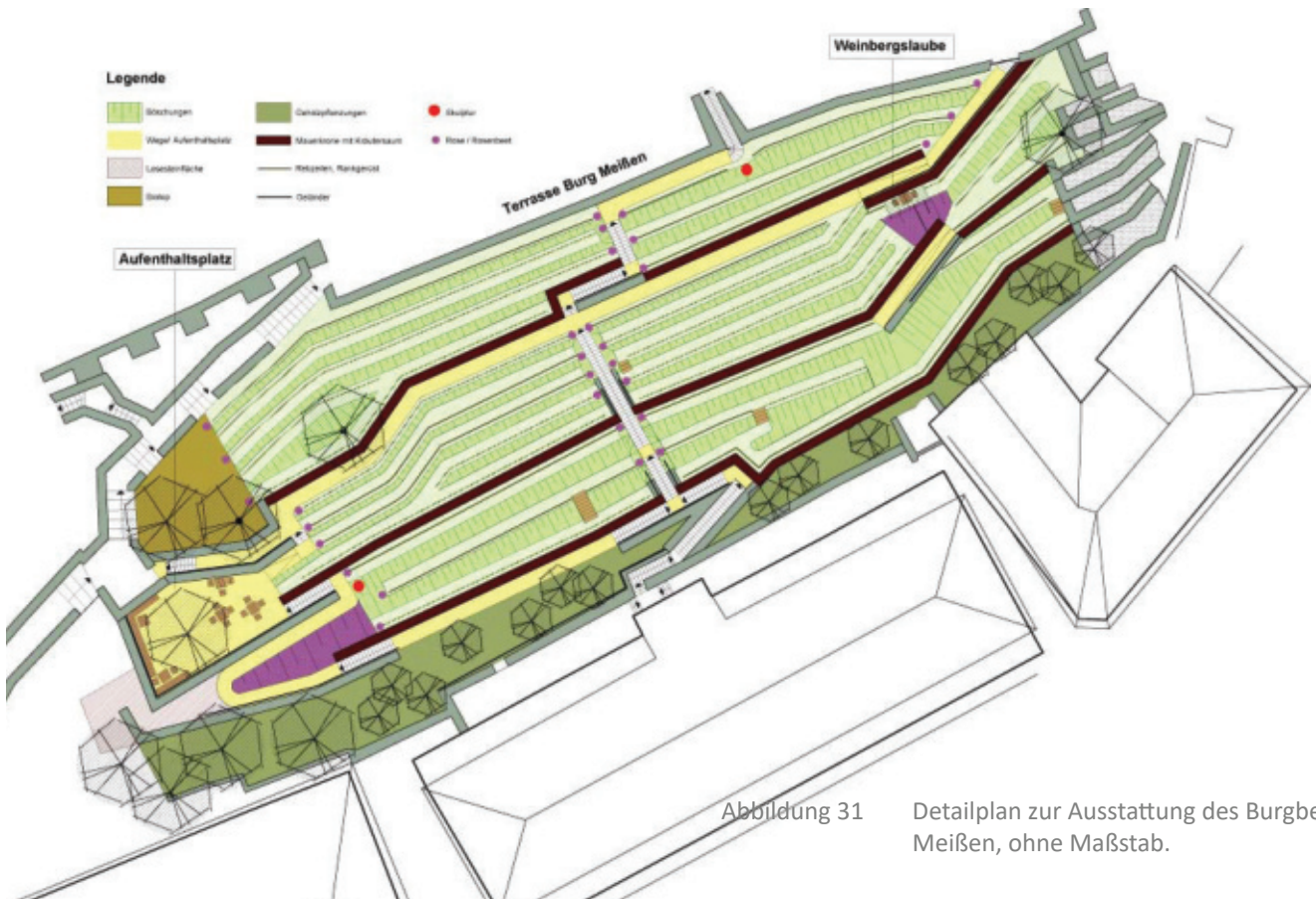


Abbildung 31 Detailplan zur Ausstattung des Burgbergs Meißen, ohne Maßstab.

Bewirtschaftung

Der Weinberg wird durch eine Schülerarbeitsgruppe des Gymnasiums St. Afra bewirtschaftet. Die Arbeitsinsätze finden einmal wöchentlich statt und werden von einem Winzer des Weinguts Hoflösnitz in Radebeul fachlich begleitet und geleitet (mündlich Frau Liers am 19.09.2017).

Öffentlichkeitsarbeit / Medienarbeit

Die Sächsische Landesstiftung stellt das Projekt auf ihrer Internetseite (www.lanu.de) vor. Der Weinberg ist derzeit nicht jederzeit öffentlich zugänglich, soll aber der Öffentlichkeit "in geeigneter Weise" öffentlich gemacht werden. Vor Ort sind Informationstafeln über das Projekt so aufgestellt, dass sie von außen für Interessierte lesbar sind.

Besucht werden kann der Weinberg einmal jährlich am Tag des offenen Weinguts. Im Rahmen der Tagesveranstaltungen werden Kunstausstellungen und eine Führung zum Thema Artenschutz und ökologischer Weinbau angeboten (vgl. LANU – Blog, o.J., online). Außerdem kann der Weinberg im Rahmen von Tourist-Führungen betreten werden. (Tourismus-Führer haben die Möglichkeit, den Schlüssel zum Weinberg für Führungen an der Tourist-Information Meißen abzuholen). Weitere Möglichkeiten, den Weinberg öffentlich zu nutzen, sind noch nicht konkretisiert, aber in Planung (mündlich Frau Liers am 19.09.2017).

Zudem informieren die Veröffentlichungen des LANU über das Projekt und seine Inhalte:

Der Informationsflyer „Projekt Ökologischer Weinberg Burgberg Meißen“ gibt einen allgemeinen Überblick über das Projekt, seine Ziele und die Möglichkeiten von Spenden und den Erwerb des Weines.

Die Veröffentlichung Arten und Biotope am Terrassenweinberg – am Beispiel des Terrassenweinbergs am Burgberg Meißen von Hardtke und Kuschka (2015) wurde in direktem Zusammenhang zur Projektumsetzung vom LANU herausgegeben und umfasste in der vorliegenden Auflage 30.000 Exemplare.



Abbildung 32 Blick von der Terrasse des Burgaufgangs über die Stadt.

Besucherlenkung

Der Eingang zum Weinberg befindet sich direkt an der Treppe zum Ausgang von der Innenstadt zur Albrechtsburg. Der touristische Besucher kommt somit zwangsläufig am Weinberg vorbei und kann den Weinberg entlang des Aufstieges als Teil der Aussicht deutlich wahrnehmen. Viele Besucher bleiben stehen und betrachten die Informationstafel im Eingangsbereich, die über das Projekt allgemein Auskunft gibt.



Abbildung 33 Eingangssituation Burgberg Meißen.

Auf dem Weinberg wird der Besucher durch die Beschaffenheit/das Material der Wege gelenkt. Die Informationstafeln sind entlang der Hauptwege angebracht, die Wirtschaftswege (flaches Gras) werden vom Besucher nicht betreten.

Der Weinberg kann durch die Treppen von oben nach unten durchquert, jedoch am Hangfuß nicht verlassen werden. Hier befindet sich im anliegenden Gebäude ein Keller mit dem Arbeitsmaterial.

Eine Informationstafel mit einem allgemeinen Lageplan oder andere Mittel, den Besucher auf der Fläche zu lenken, gibt es nicht. Die Fläche ist überschaubar, so dass man sich auf ihr frei bewegen kann. Das Konzept eines Rundweges entlang der Informationstafeln war, wie sich aus den Entwürfen entnehmen lässt, zwar angedacht, wird aber auf der Fläche nicht deutlich (vgl. Entwurfspläne „Plan Naturschutzlehrpfad“ vom 06.12.2012. Abgerufen am 06.11.2017 von URL: www.lanu.de).

Orientierung bietet ausschließlich eine zentral gelegene Informationstafel, die den Lageplan der einzelnen Weinstöcke abbildet. So können Weinpaten ihren Weinstock selbstständig auf der Fläche lokalisieren.

Logo / Corporate Design

Der Weinberg bzw. das Projekt verfügt über kein eigenes Logo. Es wird das Logo der Sächsischen Landesstiftung Natur und Umweltschutz (kurz LANU) verwendet. Während die Veröffentlichung und die Flyer in Schrift und Farben auf das Corporate Design der LANU abgestimmt sind, sind die Informationstafeln auf der Fläche in einem eigenen Corporate Design gehalten und beinhalten keinerlei Elemente der Verknüpfung wie Logos oder QR-Codes. Zwischen den Tafeln auf der Fläche und dem sonstigen Informationsmaterial besteht optisch somit kein Zusammenhang.



Abbildung 34 Logo der Sächsischen Umweltstiftung.

Informationsvermittlung

Die Informationsvermittlung findet auf unterschiedlichen Wegen statt.

Zum einen werden handlungsorientierte Methoden innerhalb der Arbeitseinsätze der Schüler angewandt. Die Schüler sollen im Rahmen eines begleitenden Umweltbildungsprogramms Erfahrungen mit ökologischem Weinbau, den Boden, das Klima, Wasserhaushalt, Düngung und typische Vertreter der Flora und Fauna im Weinberg machen (vgl. Walz in BHU, 2013, S. 96).

Für den unabhängigen Besucher erfolgt die Vermittlung an Hand von thematischen Führungen (Angebot nur zu besonderen Anlässen) und den Informationstafeln die vor Ort installiert wurden, also hauptsächlich in darbietender Form.

Für die detaillierte Betrachtung der Vermittlung werden sowohl die fest installierten Informationstafeln, sowie die dem Projekt zugehörigen Veröffentlichungen (Arten und Biotope am Terrassenweinberg von Hardtke und Kuschka (2015) und verschiedene Info-Flyer herangezogen.

Informationsflyer

Beide vorliegenden Flyer haben das typische Flyer-Maß 21x10 cm. Der Informationsflyer „Projekt Ökologischer Weinberg Burgberg Meißen“ lässt sich auf DinA4-Format aufklappen, der Programmflyer für den Tag des offenen Weingutes besteht dagegen nur aus Vorder- und Rückseite.

Die Vorderseiten beider Flyer unterscheiden sich im Wortlaut der Überschrift und den Abbildungen, behalten jedoch nahezu identischen Charakter. Die Farben und Schriftdesigns sind an das Corporate Design der LANU angepasst.

Der Projektflyer informiert im Inneren über die Themen der Geschichte, Umweltbildung und Artenschutz innerhalb des Projektes und ruft zu Spenden auf (Vernetzung durch Angabe der Internetseite und des QR-Codes). Auf der Rückseite befindet sich das Impressum, zudem wird der aus den gewonnenen Trauben gekelterte Wein „Schieler Sonderedition“ beworben.

Veröffentlichung

Die Veröffentlichung *Arten und Biotope am Terrassenweinberg – am Beispiel des Terrassenweinberges am Burgberg Meißen* ist im gleichen Corporate Design gehalten wie die Informationsflyer. Charakteristisch ist die dunkelgrüne Farbe des Logos sowie der Überschriften. Als zusätzliches Grafik-Element wurden Pflanzen- und Tierzeichnungen thematisch passend dem Hintergrund hinzugefügt. Nach einer kurzen Einführung beschäftigt sich die Veröffentlichung ausführlich mit den Artensteckbriefen der auf dem Weinberg vorkommenden Arten. Es handelt sich hier also um einen Teil des Umweltpädagogischen Angebotes und kann als Bestimmungshilfe auf der Fläche herangezogen werden.



Abbildung 35

Flyer zum Tag des offenen Weinguts in Meißen.

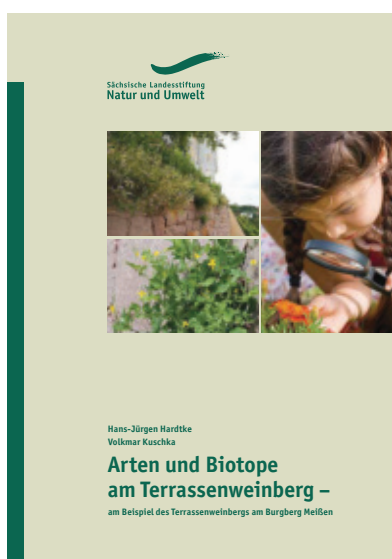


Abbildung 36

Cover Arten und Biotope am Terrassenweinberg



Abbildung 37

Beispielseite Arten und Biotope am Terrassenweinberg - Pflanzenportraits



Sächsische Landesstiftung
Natur und Umwelt
Naturschutzfonds

Rekonstruierter Terrassenweinberg für die Umweltbildung

Wiederherstellung und Sanierung von Weinberg trockenmauern, biotopgestaltende Maßnahmen 2010 bis 2012

Ein Projekt der:

- Sächsische Landesstiftung Natur und Umwelt
- Naturschutzfonds
- Neustädter Markt 19
- 01097 Dresden
- Telefon: (0351) 814 16-774
- naturstiftungsfonds@lanu.de
- www.lanu.de

Die Wiedereinrichtung des Weinberges wurde maßgeblich unterstützt von:

- Horst-Rohde-Stiftung, München
- Sparkasse Meißen
- Sportverein Elbland Coswig-Meißen e.V.
- Sächsische Dampfschiffahrts GmbH
- Boreas Energie GmbH
- Weingut Walter Schuh
- und zahlreichen privaten Einzelspendern

Abbildung 38 Infotafel Projektüberblick.

Weinanbau am Burgberg Meißen

Die erste urkundliche Erwähnung eines Weinbergs bei Meißen stammt aus dem Jahr 1163 und geht auf eine Schenkung des Meißner Markgrafen Otto an das Zisterzienserkloster zurück. Die Aufzucht begann vermutlich bereits um 1150 im Meißner Meißtal. In den folgenden Jahrhunderten entstanden in Meißen einige Weinberge nördlich des Meißtals, am Steinberg am Goldgrund, am Pflaum und der Ratsberg. Diese ersten Weinberge waren nicht an Steilhängen gelegen, da die Terrassierung des Hanges als wesentliche bauliche Voraussetzung von Steillagen noch nicht üblich war. Erst im Jahr 1603 wurde in Meißen der erste Weinberg nach „Württembergischer Art“ angelegt. Nun wurden Terrassen errichtet und die Reben sortenrein in den einzelnen Bergen in Reihen geordnet. Außerdem wurde anstatt des Meißner Zapfenschnittes (Entfernung des obersten Triebes, Zurück-

scheiden aller restlichen Triebe bis auf zwei Augen) nunmehr der Bogenschnitt (nur eine, aber dafür gebogene Tragraute mit sechs bis acht Augen und tieferliegendes Flächen mit maximal zwei Augen) angewendet. Kurfürst Johann Georg I. ließ in den Folgejahren die neuen Methoden im Weinbau verfeinern. Für den Burgberg bis der Weinbau bis in das 17. Jahrhundert nicht belegt. Am Anfang des 19. Jahrhunderts war dann aber ein erheblicher Teil des südlichen Burgberghangs aufgegeben. Verschiedene Weinberge prägten das Stadtbild Weizens, welche in Richtung Südwesten bis an den Fuß der Burgmauer reichten. Die Anlage eines Weinbergs in diesem Bereich des Burgbergs wurde wahrscheinlich erst um 1830 vollendet.

Abbildung 39 Infotafel Geschichte.



Abbildung 40 Infotafel Lageplan Rebstöcke (Foto: Höpflinger am 19.09.2017)



Abbildung 41 Infotafel Die Trockenmauer (Foto: Höpflinger am 19.09.2017)

Informationstafeln

Auf der Weinbergsfläche befinden sich mehrere Arten von Informationstafeln. Die Elemente Orientierung, Vernetzung und Information wurden hier jeweils auf verschiedenen Tafeln standortabhängig dargestellt.

Zwei Tafeln am Eingang informieren allgemein über das Projekt. Sie klären über das Ziel „der Ökologische Weinberg als Biotop“ auf und verweisen auf die Akteure der Projektumsetzung (meist Spendenpartner). Sie sind im Design des LANU gehalten und verweisen auch auf die Projektwebseite des LANU mittels QR-Code.

Darüber hinaus befindet sich auf der Fläche eine Informationstafel mit Lageplan der einzelnen Weinstöcke. Hier wurde der Lageplan mit Legende und Planstempel ohne weitere optische Zusätze übernommen.

Das einzige Element, welches optisch den Zusammenhang mit den anderen Informationstafeln herstellt, ist das eingefügte Logo der LANU.

Die Informationstafeln der tatsächlichen Wissensvermittlung in den Themenbereichen Naturschutz & Umwelt, Weinbau, Kunst im Weinberg sind in einem eigenen Corporate Design erstellt. Tonangebend ist die Trennung der Tafel-Fläche in eine Farbfläche, auf der hauptsächlich Bilder abgebildet werden und einer beigen „Hintergrundfläche“ auf der die Textfelder angeordnet werden.

Als verbindendes Element wächst aus der farbigen Fläche die Figur einer Weinranke. Die Anordnung und Farben der Flächen unterscheiden sich auf jeder Tafel, der „rote Faden“ ist die Weinranke sowie das Gestaltungsprinzip als solches.

Die Infotafel „Trockenmauer“ hebt sich optisch dadurch hervor, dass sie stellenweise ausgeschnitten wurde, um die dahinterliegende Trockenmauer optisch hervorzuheben und die Bauweise zu erläutern. Alle Tafeln beinhalten neben Bildern relativ viel Fließtext. Um alle Inhalte zu lesen, benötigt der Besucher Zeit und Geduld.

Fazit der Eindrücke

Der Burgberg Meißen ist sehr „benutzerfreundlich“ konzipiert, was auf das Schluklassen-Bewirtschaftungskonzept zurückzuführen ist.

Im Design der unterschiedlichen Informationselemente wird stark zwischen „Außerhalb des Weinbergs“ und „auf der Fläche“ unterschieden. Nach außen hin (Projektinfo-Tafel, Publikationen etc.) ist das Logo des LANU präsent und alle verwendeten Farben darauf abgestimmt, auf dem Weinberg selbst ist das Logo kaum anzutreffen, das Design der Informationstafeln steht für sich. Es werden keine optischen Zusammenhänge sichtbar.

Wäre der Weinberg öffentlich zugänglich, würde er sicher als Erholungsraum stark frequentiert werden, da die Aufenthaltsqualität durch Sitzgelegenheiten, Bepflanzung und die gute Aussicht sehr hoch ist.

4. Strukturierende qualitative Inhaltsanalyse

Bei der Betrachtung der verwendeten Medien der Informationsvermittlung der untersuchten Fallbeispiele wurden fünf Vermittlungsziele herausgearbeitet, die bei allen Medien in unterschiedlicher Ausprägung vorhanden waren:

- Besucherlenkung / Orientierung
- Projektinformationen vermitteln
(Projektziele, Pflegemaßnahmen,
allgemeine Informationen)
- Spezifisches Wissen vermitteln
- Organisatorisches (z.B. Termine veröffentlichen)
- Vernetzungen mit anderen Angeboten/Projekten

In der folgenden Tabelle wird nun systematisch bewertet, welche Medien in welcher Ausprägung für die Umsetzung der oben genannten Vermittlungsziele verwendet wurden. So kann im folgenden Kapitel eine Interpretation dieser Daten im Kontext der Fallbeispiele erfolgen und dies auf das eigene Projekt übertragen werden.

Tabelle 1

Zusammenhang zwischen Medium und Vermittlungszweck der untersuchten Projektbeispiele

Zielgerichteter Einsatz der Medien zu ausgewählten Zwecken			
Medium/Element wurde für Projekt nicht genutzt wurde nicht bis kaum umgesetzt wurde teilweise/ansatzweise umgesetzt wurde bei der Umsetzung stark fokussiert			
Medien und der damit verfolgte Zweck	MainMuschelkalk Hammelburg	Geschichtsweinberg Iphofen	Schülerweinberg Meißen
Website			
Besucherlenkung / Orientierung			
Projektinformation			
Wissensvermittlung			
Organisatorisches (Termin, Einladungen)			
Vernetzung mit anderen Angeboten			
Flyer / Faltblätter			
Besucherlenkung / Orientierung			
Projektinformation			
Wissensvermittlung			
Organisatorisches (Termin, Einladungen)			
Vernetzung mit anderen Angeboten			
Broschüre			
Besucherlenkung / Orientierung			
Projektinformation			
Wissensvermittlung			
Organisatorisches (Termin, Einladungen)			
Vernetzung mit anderen Angeboten			
Informationstafeln			
Besucherlenkung / Orientierung			
Projektinformation			
Wissensvermittlung			
Organisatorisches (Termin, Einladungen)			
Vernetzung mit anderen Angeboten			
interaktive Installationen			
Besucherlenkung / Orientierung			
Projektinformation			
Wissensvermittlung			
Organisatorisches (Termin, Einladungen)			
Vernetzung mit anderen Angeboten			
Medien und der damit verfolgte Zweck	MainMuschelkalk Hammelburg	Geschichtsweinberg Iphofen	Schülerweinberg Meißen
Angebote aktiver Mitarbeit			
Besucherlenkung / Orientierung			
Projektinformation			
Wissensvermittlung			
Organisatorisches (Termin, Einladungen)			
Vernetzung mit anderen Angeboten			
Naturführer / Tourismusführer			
Besucherlenkung / Orientierung			
Projektinformation			
Wissensvermittlung			
Organisatorisches (Termin, Einladungen)			
Vernetzung mit anderen Angeboten			
neue Medien			
QR-Code			
Besucherlenkung / Orientierung			
Projektinformation			
Wissensvermittlung			
Organisatorisches (Termin, Einladungen)			
Vernetzung mit anderen Angeboten			
Audio-Inhalte			
Besucherlenkung / Orientierung			
Projektinformation			
Wissensvermittlung			
Organisatorisches (Termin, Einladungen)			
Vernetzung mit anderen Angeboten			
GPS-Angebote			
Besucherlenkung / Orientierung			
Projektinformation			
Wissensvermittlung			
Organisatorisches (Termin, Einladungen)			
Vernetzung mit anderen Angeboten			

5. Betrachtung der Kategorien im Kontext der Fallbeispiele

5.1 Besucherlenkung

An Hand der Beispiele wird klar, dass sich Besucherlenkung in verschiedenen Maßstäben betrachten lässt:

1. Der Besucher soll durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit bzw. durch Informationsmaterial auf das Angebot aufmerksam gemacht werden und problemlos zur Fläche bzw. einem Einstiegspunkt gelangen.

Um dies sicherzustellen, werden meistens **Websites, Flyer oder Broschüren** genutzt, die an Hand von Karten, Adressen oder **GPS**-Informationen zur Fläche führen.

2. Vor Ort beinhalten gezielt angebrachte **Informationstafeln** bzw. Beschilderungen Elemente der Orientierung wie Karten und Übersichtspläne. Durch ein Corporate Design lassen sich einzelne Informationsträger den Projekten leichter zuordnen und als solche schnell identifizieren.

Des Weiteren spielen aber auch die Wegführung und Materialverwendung auf den Flächen eine tragende Rolle. Auf Grund der geringen Flächengrößen war auf keinem der Beispiel-Weinberge eine ausführliche Beschilderung notwendig. Durch die vorgegebene Wegführung und verschiedene Bodenbeschaffenheiten bewegt sich der Besucher intuitiv über die Weinberge.

So wird beispielsweise beim Iphofener Geschichtsweinberg an der Eingangssituation einen Übersichtsplan des Weinbergs präsentiert, während der Besucher auf der Fläche selbst ausschließlich durch die Treppensituation und die Wegführung von unten nach oben geleitet wird.

Und auch der Schülerweinberg in Meißen verzichtet auf Wegweiser auf der Fläche und bedient sich lediglich eines Lageplans der einzelnen Weinstöcke.

Das Medium der Besucherführung, die gänzlich ohne weitere Hilfsmittel auskommt, ist der Natur- oder Tourismusführer. Da dies aber stark von der personellen (und finanziellen) Verfügbarkeit abhängt, wäre dieses Angebot innerhalb des geplanten Entwurfs nur optional.

Schlussfolgerung

Um die Lage der einzelnen Weinerlebnisorte darzustellen, wird ein Übersichtsplan benötigt, dieser kann in Form einer digitalen Karte über eine Internetseite oder App bzw. durch QR-Code abgerufen werden, oder als Faltpfad in Form von Flyern und Broschüren z.B. in der Touristinformation Jena ausgelegt werden. Zur besseren Orientierung sollten zusätzlich Anfahrtsadressen oder GPS-Daten genannt werden.

Um vor Ort über die anderen Weinerlebnis-Orte informiert zu werden, sind - ähnlich wie beim Infopfad Hammelburg - Informationstafeln sinnvoll, die neben der Wissensvermittlung auch eine Übersichtskarte über den aktuellen Standort, den Wegverlauf und die Lage der anderen Weinerlebnisorte präsentieren.

Der Demonstrationsweinberg selbst, ist in seiner Größe mit denen der Fallbeispiele gut vergleichbar. Folglich wäre auch hier die oben genannte Informationstafel am Eingang der Fläche ausreichend. Durch die Trockenmauern, Bepflanzung und eine gut erkennbare Wegführung kann sich der Besucher somit frei auf der Fläche bewegen und den Weingarten auf sich wirken lassen. Ggf. kann der Informationstafel am Eingang auch ein Lageplan der Fläche hinzugefügt werden, da auf dieser Tafel die Wissensvermittlung vornehmlich auf der Fläche stattfinden soll.

Um den thematischen Zusammenhang aller Weinerlebnisorte auch optisch auf den ersten Blick erkennbar zu machen, sollten alle verwendeten Medien in einem Corporate Design (Logo und Farbschema) gestaltet werden.

5.2 Projektinformationen

Die allgemeinen Projektinformationen wurden bei allen drei Fallbeispielen ausführlich auf einer Projektwebsite dargestellt.

Auch Flyer und Broschüren beinhalteten zumindest im Einführungstext die Ziele des Projekts. In Iphofen und Meißen gab es zudem eine Informationstafel vor Ort, die sich ausschließlich der Darstellung des Ablaufs und den Zielen des Projekts widmete. In Hammelburg, wo die Informationstafeln im Gegensatz zu den beiden anderen Beispielen, nicht an einem Ort konzentriert waren, behelf man sich mit einem QR-Code auf jeder Infotafel, der auf die Projektwebsite verlinkte.

Schlussfolgerung

Im Rahmen der Informationstafeln der Weinerlebnisorte sollten die Projektinformationen entweder nur sehr knapp auf den Tafeln erscheinen, oder ggf. über Verlinkungen als Zusatz durch neue Medien ergänzt werden. Sinnvoller wäre es, dies durch eine allgemeine Broschüre zu erläutern.

An der Stelle des Demonstrationsweinberges wäre aber auch eine eigens dazu angebrachte Info-Tafel, die neben den Projektzielen auch die Nutzergruppen des Weinberges erläutert vorstellbar.

5.3 Wissensvermittlung

Bei allen drei Fallbeispielen wird die Wissensvermittlung direkt vor Ort mit Hilfe von Informationstafeln umgesetzt. Hinzu kommen interaktive Installationen und der Einsatz neuer Medien (Scannen von QR-Codes und dann kurze Audio-Sequenzen mit Geschichten und zusätzlichen Informationen, Musik).

Bei Führungen und Arbeitseinsätzen im Weinberg können sich die Besucher zudem aktiv vor Ort beteiligen, Fragen stellen, diskutieren und haptische Eindrücke sammeln.

Schlussfolgerung

Bei den verschiedenen Weinerlebnisorten ist es sinnvoll, die Wissensvermittlung im Entwurf auf die Informationstafeln zu beschränken, da dort auch keine flächenhafte Planung vorgesehen ist und die teilweise privaten Weinberge teilweise nicht betreten werden können. Hier wäre vorstellbar, dass durch die Akteure (z.B. Käuzchenweinberg und Lobdeburg) Führungen und andere Angebote (z.B. wie beim Tag der offenen Gärten) gemacht werden.

Auf dem Demonstrationsweinberg können dahingegen mannigfaltige Methoden der Wissensvermittlung stattfinden. Von Informationstafeln abgesehen, soll der Besucher die Fläche interaktiv erkunden können (evtl. mit Hilfe von QR-Codes, Apps, einem Rätsel oder Ähnlichem). Das Motto „Weinberg reloaded“ soll bereits auf den Einsatz von moderner Technik zur Informationsvermittlung hinweisen.

Darüber hinaus soll die Möglichkeit bestehen, an Arbeitseinsätzen im Weinberg teilzunehmen, bzw. sich als Interessengruppe zur Bewirtschaftung zusammenzuschließen. Durch das Einbinden weiterer Interessengruppen (z.B. NABU, BUND, Volkshochschule mit Zeichenkursen oder Fotografie-Workshops) soll der Weinberg vielfältig für Veranstaltungen genutzt werden, die dazu einladen Flora und Fauna zu entdecken.

5.4 Organisatorisches

Organisatorische Daten wurden bei allen Fallbeispielen hauptsächlich über die Website vermittelt, hinzu kamen lose Flyer und Veröffentlichungen von Zeitungsartikeln über bereits vergangene und noch geplante Veranstaltungen.

Schlussfolgerung

Daten, die der Organisation von Veranstaltung dienen, sind kurzlebig und müssen flexibel veröffentlicht sein. Hier eignet sich besonders die Internetwebsite, die mittels QR-Code auch von der Infotafel aus abgerufen werden kann.

Darüber hinaus kann es sinnvoll sein, für bestimmte Veranstaltungen Flyer auszulegen und die Termine in Zeitungen oder Magazinen zu veröffentlichen.

Für die Website sind verschiedene Versionen denkbar. Die Bewirtschafter des Demonstrationsweinberges „Weinberg reloaded“ könnten eine eigene Projektwebsite entwickeln, auf der man sich austauschen und die neuesten Termine ankündigen kann. Es wäre aber auch denkbar, die Projektdaten auf einer anderen Website zu veröffentlichen, (z.B. der Stadt Jena oder einer Weinbau-Interessengemeinschaft)

5.5 Vernetzung mit anderen Angeboten

Die Vernetzung mit weiteren Angeboten erfolgte meist durch Verlinkungen auf den Websites oder durch QR-Codes. Des Weiteren wurde aktiv bei Führungen auf weitere Möglichkeiten, Gruppen, Akteure etc. aufmerksam gemacht. In Meißen wurde das involvierte Weingut und das gemeinsame Produkt zudem in einem Flyer vorgestellt, welcher auch die Möglichkeit zur Reb-Patenschaft im Weinberg bewarb.

Schlussfolgerung

Im Kontext des geplanten Entwurfs wäre es sinnvoll an jedem Weinerlebnisort auch die Angebote der dort aktiven Akteure zu vermitteln (Beispielsweise durch QR-Code zur jeweiligen Vereins- oder Herstellerwebsite auf der Informationstafel oder einen kurzen Informationstext über die Akteure.

Zudem könnte ein Flyer gestaltet werden, welche die verschiedenen Angebote und Termine einzelnen Interessengruppen und Winzer zusammenführt.

6. Zusammenfassung

Für den geplanten Entwurf ergeben sich folgende Ziele:

Corporate Design

Unter dem Motto „Weinberg reloaded“ wird ein Corporate Design, bestehend aus einem leicht wiedererkennbaren Logo und entsprechender Farbverwendung festgelegt. Dies fließt in die Gestaltung aller verwendeten Medien ein.

Informationstafeln

Jeder Weinerlebnisort erhält eine Informationstafel. Auf dieser wird neben der themenspezifischen Wissensvermittlung auch Elemente der Orientierung (z.B. Übersichtskarte) enthalten und zudem inhaltlich die jeweiligen Akteure vernetzen und allgemeine Projektdaten aufzeigen.

An der Fläche des Demonstrationsweinberges wird es zudem weitere Tafeln und interaktive Medien geben, die auf der Weinbergsfläche zum erkunden und entdecken einladen.

Flyer

Für das Gesamtkonzept wird ein Flyer erstellt, der das Projekt und seine Ziele vorstellt. Er wird zudem die Übersichtskarte enthalten und soll die Anfahrt zu den Weinerlebnisorten erleichtern.

Nach Möglichkeit soll der Flyer zudem verschiedenen Akteure des Jenaer Weinbaus vorstellen und Termine und Angebote bewerben.

Neue Medien

Nach Möglichkeit sollen neue Medien in die Wissensvermittlung und Orientierung eingebunden werden. Hierzu kann die Übersichtskarte in Form einer digitalen Karte hergestellt werden, die online über das Smartphone abgerufen werden kann.

Zudem sollen auf dem Demonstrationsweinberg weitere digitale Angebote entstehen, welche die Wissensvermittlung unterstützen.

7. Quellen

Literatur

- Bayernatlas, abgerufen am 13.09.2017 von URL: www.Bayernatlas.de
- BHU - Bund Heimat und Umwelt Deutschland (2012): *Beispiele und Methoden zur Kulturlandschaftsvermittlung*. Bonn
- BHU - Bund Heimat und Umwelt Deutschland (2013): *Natur- und Kulturerbe des Weinbaus aktivieren und vermitteln*. Bonn
- Ebers, S. et al. (1998): *Vom Lehrpfad zum Erlebnispfad*. NZH-Verlag Berlin.
- Eder, R. et al. (2007): *Lehrpfade - Natur und Kultur auf dem Weg*. Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und Naturschutzplanung - Universität für Bodenkultur Wien. Wien.
- Geopark Vulkaneifel (2007): *Infotafeln und Erlebniswege in der Vulkaneifel*. Abgerufen am 20.12.2017 von URL: <http://www.geopark-vulkaneifel.de/ngpve/images/leitfaden-3-teile.pdf>
- Hardtke, H.-J., Kuschka, V. (2015): *Arten und Biotope am Terrassenweinberg*. Sächsische Landesstiftung Natur und Umwelt.
- INFRANKEN (2016): Wo der Wein als Lockmittel dient. Abgerufen am 09.09.2017 von URL: <http://www.infranken.de/regional/kitzingen/Wo-der-Wein-als-Lockmittel> client;art218,1971860
- impuls-design (o.J.): *Entdeckertour im Hansenhohl*. Abgerufen am 14.06.2018 von URL: <http://impuls-design.de/projekte/krimtour-im-hansenhohl/>
- Iphofen (o.J.): *Internetauftritt der Stadt Iphofen*. Abgerufen am 16.06.2017 von URL: www.iphofen.de
- Konold, W. (2013) *Historische Terrassenweinberge*. Bristol-Stiftung. Zürich.
- LANU – Sächsische Landesstiftung Natur und Umwelt (o.J.): Der Burgberg Meißen. Abgerufen am 09.9.2017 von URL: <https://www.lanu.de/de/Gestalten/Burgberg-Meissen/Vorstellung-des-Projekts.html>
- LANU – Blog. Sächsische Landesstiftung Natur und Umwelt (o.J.): Tag des offenen Weinguts am 26.08.2017. Abgerufen am 12.09.2017 von URL: https://www.lanu.de/de/Blog/Blog_Detail/b/Tag-des-offenen-Weingutes-am-26082017-1166
- Legewie, H. (2008): *Vorlesung 11: Qualitative Forschung und der Ansatz der Grounded Theory*. Abgerufen am 28.04.2017 von URL: <http://qs.e-learning.imb-uni-augsburg.de/node/8790.v>
- LIFE+ WIESEN.WÄLDER.WUNDERVOLL. (O.J.): Iphofens Kulturerbe Mittelwald. Abgerufen am 13.09.2017 von URL: <http://www.life-steigerwald.eu/>
- LFU BAYERN – BAYERISCHES LANDESAMT FÜR UMWELT (o.J.): Ökoflächenkataster (ÖFK). Abgerufen am 06.09.2017 von URL: https://www.lfu.bayern.de/natur/oefka_oeko/oekoflaechenkataster/index.htm
- LFU Sachsen – Sächsisches Landesamt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie (o.J.): Kartenviewer. Abgerufen am 12.09.2017 von URL: http://www.umwelt.sachsen.de/umwelt/infosysteme/weboffice101/synserver?project=natur_natura2000_utm&view=nat2000
- MainMuschelkalk (2017): Internetauftritt des Projektes. Abgerufen von URL: www.mainmuschelkalk.de
- Iphofen – Touristinformation der Stadt Iphofen. (o.J.): *Weinbaugeschichte live erleben beim Geschichtsweinberg Iphofen*. Abgerufen am 13.09.2017 von URL: <https://www.iphofen.de/wein/weinberge/geschichtsweinberg.html>
- Meißen - *Tourismusinformation der Stadt Meißen*. (o.J.): Wandertafel. Abgerufen am 12.09.2017 von URL: <http://touristinfo-meissen.de/download/tourismus/Wandertafel-web.pdf>
- Projekträger LIFE+ MainMuschelkalk (2017): Das Begleitheft zu den Natura 2000 Rundwegen & Infopunkten des LIFE+ Naturprojekts „MainMuschelkalk“
- Projekträger LIFE+ MainMuschelkalk (2017): Infolyer: Wertvoller Naturraum, attraktive Kulturlandschaft *Main - Saale - Wern*. Erhaltung und Optimierung von Trocken- und Kulturlandschaftskomplexen
- Regierung von Unterfranken (2017): *Unser Naturerbe in Unterfranken – Natura 2000 gemeinsam und erfolgreich umsetzen*. Regensburg.

- Sauerland-Tourismus e.V. (2007): *Infopunkte in der Landschaft - Leitfaden zur Gestaltung von Infotafeln und Wanderparkplätzen*. Abgerufen am 20.12.2017 von URL: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:X4BokHjQHIMJ:brancheninfo.sauerland.com/content/download/14033/105354/file/Praxisleitfaden%25203_Gestaltung%2520von%2520Infotafeln.pdf+%&cd=1&hl=de&ct=clnk&gl=de&client=firefox-b
- Schreier, M. (2014): *Varianten qualitativer Inhaltsanalyse*. Abgerufen am 14.06.2018 von URL: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/rt/printerFriendly/2043/3635>
- Wenzel, P. (2003): *Handbuch Beschilderungsplanung: Planungshilfen für die Konzeption für Fußgängerleitsysteme*. Hünstetten

MÜNDLICHE QUELLEN

- Bellanti & Popp mündlich am 13.10.2017. Abschluss Symposium MainMuschelkalk, Vortrag: Wälder.Wiesen.Wundervoll. – Wie ein Naturschutzprojekt die Landschaft touristisch inszenieren kann
- Faust Ulrike, Projektleiterin LIFE+ Projekt MainMuschelkalk. Telefonat am 03.08.2017
- Hümmler Marcel mündlich am 14.10.2017. während der Abschluss-Exkursion MainMuschelkalk
- Lenhart Roland, Untere Naturschutzbehörde Bad Kissingen. Email-Verkehr am 14.09.2017 über den Demonstrationsweinberg Hammelberg.
- Liers (Mitarbeiterin LANU) am 19.09.2017. Gemeinsame Besichtigung des Schülerweinberges Burgberg Meißen.
- Winter Katja, Naturerlebnisführerin LIFE+ Projekt MainMuschelkalk. Persönliches Gespräch und Teilnahme an Führung am 09.07.2017.

Abbildungen

- Abb. 01 Diagramm zur Darstellung des Ablaufs der Fallgruppenuntersuchung auf Basis von Legewie, 2008, online. Erstellt von Höpflinger am 12.06.2018
- Abb. 02 Beispiel Panoramatafel als Pulttafel. Quelle: Sauerland-Tourismus e.V., 2007, online
- Abb. 03 Lage der Untersuchungsgebiete. Erstellt von Höpflinger. Kartenquelle: ESRI Arc-Gis - Kartengrundlagen.
- Abb. 04 Lage des Demonstrationsweinbergs Hammelberg im Projektgebiet des MainMuschelkalk-LIFE+ Projektes. Bearbeitet durch Höpflinger (Lage der beiden Weinberge in Magenta) am 05.09.2017. Quelle: LIFE+ „MAINMUSCHELKALK“ (2017), online.
- Abb. 05 Oberhang der Nachbarfläche des Demonstrationsweinbergs Hammelberg (Foto: Höpflinger am 09.07.2017)
- Abb. 06 Altes Weinbergshaus mit Insektennisthilfe (Foto: Höpflinger am 09.07.2017)
- Abb. 07 Sitzplatz am Weinberg Hammelberg. (Foto: Höpflinger am 09.07.2017)
- Abb. 08 Informationstafel am Weinberg Hammelberg (Foto: Höpflinger am 09.07.2017)
- Abb. 09 Ausschnitt der Übersichtskarte Rundweg Hammelberg. Projektträger LIFE+ MainMuschelkalk (2017): Das Begleitheft zu den Natura 2000 Rundwegen & Infopunkten des LIFE+ Naturprojekts „MainMuschelkalk“
- Abb. 10 Logo MainMuschelkalk. Quelle: www.Mainmuschelkalk.de
- Abb. 11 gezeichnete Ziege als weiteres graphisches Element einer Informationstafel. Höpflinger am 09.07.2017
- Abb. 12 Infolyer „MainMuschelkalk“ abfotografiert. Höpflinger am 06.12.2017. Projektträger LIFE+ MainMuschelkalk (2017): Infolyer: Wertvoller Naturraum, attraktive Kulturlandschaft *Main - Saale - Wern*. Erhaltung und Optimierung von Trocken- und Kulturlandschaftskomplexen.
- Abb. 13 Cover Begleitheft „MainMuschelkalk“. Ausschnitt der Übersichtskarte Rundweg Hammelberg. Projektträger LIFE+ MainMuschelkalk (2017): Das Begleitheft zu den Natura 2000 Rundwegen & Infopunkten des LIFE+ Naturprojekts „MainMuschelkalk“
- Abb. 14 Infotafel Rundweg Hammelberg - Weinberg (Foto: Höpflinger am 09.07.2017)
- Abb. 15 Bilddokumentation der Entwicklung der Hörstationen auf der Projektwebsite. Abgerufen am 08.09.2017 von www.mainmuschelkalk.de
- Abb. 16 Katja Winter gibt einen Überblick über das Projektgebiet (Foto: Höpflinger am 09.07.2017)
- Abb. 17 Lage des Geschichtswinbergs Iphofen, ohne Maßstab. Quelle: www.Bayernatlas.de, abgerufen am 13.09.2017
- Abb. 18 Luftbild des Geschichtswinbergs Iphofen mit Biotopkartierung nach §30 BNatSchG, ohne Maßstab. www.Bayernatlas.de. Abgerufen am 13.09.2017
- Abb. 19 Ansicht Geschichtswinberg Iphofen - Eingangssituation. Abgerufen am 19.10.2017 von URL: www.iphofen.de
- Abb. 20 Aufrebung, Trockenmauer und Informationstafel am Geschichtswinberg Iphofen. Abgerufen am 19.10.2017 von URL: www.iphofen.de
- Abb. 21 Ausschnitt Flyer Geschichtswinberg Iphofen - Lageinformation für Touristen. Abgerufen am 11.12.2017 von URL: www.iphofen.de
- Abb. 22 Logo des LIFE+ Wälder.Wiesen.Wundervoll. Abgerufen am 18.09.2017 von www.life.steigerwald.de
- Abb. 23 Cover Flyer Geschichtswinberg Iphofen. Abgerufen am 11.12.2017 von URL: www.iphofen.de
- Abb. 24 Informationstafel am Eingang zum Geschichtswinberg. Höpflinger am 15.09.2017
- Abb. 25 freistehende Stele „Mittelalter“. Höpflinger am 15.09.2017
- Abb. 26 freistehende Stele „1800“. Höpflinger am 15.09.2017
- Abb. 27 Stele „Lebensraum Trockenmauer“, an Mauer befestigt. Höpflinger am 15.09.2017
- Abb. 28 Kunststofftafel Zauneidechse, Vorderseite. Höpflinger am 15.09.2017
- Abb. 29 Einblick in das Weinbergshäuschen. Höpflinger am 15.09.2017
- Abb. 30 Lage des Weinbergs Burgberg Meißen. Luftbild, abgerufen von [www. Google.de](http://www.Google.de) und bearbeitet von Höpflinger am 11.09.2017
- Abb. 31 Detailplan zur Ausstattung des Burgbergs Meißen, ohne Maßstab. Quelle: www.lanu.de, abgerufen am 12.09.2017
- Abb. 32 Blick von der Terrasse des Burgaufgangs über die Stadt. Aufgenommen am 19.09.2017
- Abb. 33 Eingangssituation Burgberg Meißen. Höpflinger am 19.09.2017
- Abb. 34 Logo der Sächsischen Umweltstiftung. Abgerufen am 06.11.2017 von URL www.lanu.de

Abb. 35 Flyer zum Tag des offenen Weinguts in Meißen. Hrsg. LANU

Abb. 36 Cover Arten und Biotope am Terrassenweinberg. Hardtke, H.-J., Kuschka, V. (2015): *Arten und Biotope am Terrassenweinberg*. Sächsische Landesstiftung Natur und Umwelt.

Abb. 37 Beispielseite Arten und Biotope am Terrassenweinberg - Pflanzenportraits. Hardtke, H.-J., Kuschka, V. (2015): *Arten und Biotope am Terrassenweinberg*. Sächsische Landesstiftung Natur und Umwelt.

Abb. 38 Infotafel Projektüberblick. Abgerufen am 06.11.2017 von URL:www.lanu.de

Abb. 39 Infotafel Geschichte. Abgerufen am 06.11.2017 von URL:www.lanu.de

Abb. 40 Infotafel Lageplan Rebstöcke (Foto: Höpflinger am 19.09.2017)

Abb. 41 Infotafel „die Trockenmauer“ (Foto: Höpflinger am 19.09.2017)

TABELLE

Tab. 1 Zusammenhang zwischen Medium und Vermittlungszweck der
 untersuchten Projektbeispiele: Erstellt von Höpflinger am 19.06.2018 an
Hand der erhobenen Daten der Fallbeispieluntersuchung

Anhang - Gesprächsdokumentationen

Winter am 09.07.2017

Faust am 03.08.2017

Lehnhart am 12.09.2017

14.09.2017

Engelhardt am 13.09.2017

Liers am 19.09.2017