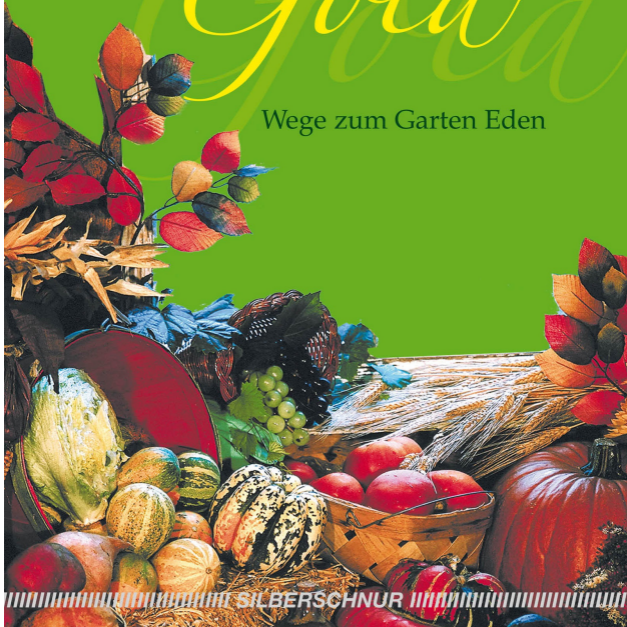


Annette Bauer / Helmut Hüsgen

Grünes

Gold

Wege zum Garten Eden



||||| SILBERSCHNUR |||||

die Phase einer idealisierten Betrachtung des Gartens ein. Es kam die Rückbesinnung auf das Ideal der Selbstversorgung (John Seymour – der Selbstversorgungsgarten) angesichts einer bewusst oder unbewusst durch Konsum manipulierten Gesellschaft.

Inzwischen ist eine neue Gartenbesitzergeneration (bzw. eine Generation von Gartenpächtern) herangewachsen. Schon gehört zu jedem zweiten Haushalt in Deutschland ein Garten. Die mehr als 1 Million Kleingärtner teilen ihre Gartenbegeisterung mit den zwei Millionen Hobbygärtnern, zu denen Eigenheimbesitzer oft erst einige Zeit nach dem Einzug werden. Junge Familien erobern die Kleingartenkolonien neu und verändern das Gesicht der Gärten.

Längst haftet der Idylle nicht mehr das

Arme-Leute-Image der frühen Nachkriegszeit an. Eine Erhebung von 1998 belegt den Zusammenhang zwischen Netto-Einkommen und Gartenbesitz: Mit Einkommen unter 2000 EUR pflegen ein Drittel der Haushalte ihren Garten, oberhalb der 7000 EUR sind es bereits 80 Prozent (was sicher mit dem steigenden Anteil der Eigenheimbesitzer in den höheren Einkommenschichten zusammenhängt). Der Garten der jungen Generation wird sich nicht allein an der ideologischen Betrachtung im Sinne der 70iger Jahre orientieren, er wird nicht mehr vorrangig Grill- oder Spielplatz sein, vielmehr wird der Garten zunehmend zum Fluchtpunkt. Der Wunsch nach Individualität, nach einer Mischung aus kleinem privatem Park und wohl umhegtem Nutzgarten drückt den veränderten Anspruch aus.

Gartenmessen nach englischem Vorbild, Hochglanzkataloge, Literatur über englische Landschaftsgärten, die Öffnung privater Parks und das wiedererwachte Interesse an Landhaus- und Schlossgärten sowie ein breites Spektrum an Gartenfachzeitschriften sind Ausdruck eines neuen anspruchsvollen Interesses an der Natur. Der Kleingarten als gehobenes Refugium einer neuen Generation von Kleingärtnern? Junge Familien mit kleinen Kindern stehen zunehmend auf den langen Wartelisten für Kleingartenparzellen der Städte.

Längst haben daher auch Werbestrategen erkannt, dass die Rückbesinnung auf die Natur und die Idylle des grünen Wohnzimmers zu den geheimen Sehnsüchten des modernen Menschen gehören. Der Satz aus dem Mund eines kleinen Mädchens in der

Werbung einer Bausparkasse "Papa, wenn ich groß bin, will ich auch mal Spießer werden!" ist längst Kult geworden. Auf Landes- und Bundesgartenschauen präsentieren Architekturstudenten und Garten- und Landschaftsbauer futuristische Laubenentwürfe und Themengärten. In Häuschen von modernster Design-Optik surfen mobile Manager auf ihren Laptops durchs Netz, sie regenerieren sich in Feng Shui-Gärten und verspeisen dabei das selbstgezogene Obst. Selbst die Galionsfigur des deutschen Schrebergartens, der Gartenzwerg, steht modern aufgepeppt im gestylten Themengarten (vom Bauerngarten über den Garten der Sinne) und findet in phantasievollen Erscheinungsformen wieder seinen Platz. Buddhasculpturen und japanische Steinlaternen setzen Akzente in

der asiatisch anmutenden Parzelle.

Die Geschichte des Schrebergartens reicht aber weit zurück: Als 1816 in Holstein die ersten “Armenäcker” und Ende des 19. Jahrhunderts der Orthopäde Daniel Schreber Spielflächen für Kinder schaffen wollte, die in den engen Stadtwohnungen in Zeiten der Industrialisierung unter Bewegungsmangel litten, entdeckten deren Eltern die Gärten für sich und die Familien.

Mit 2,5 Millionen Wochenendgrundstücken und 855 000 Kleingärten gab es in der früheren DDR die größte Dichte an Kleingärten weltweit. Die “Datsche” bedeutete ein Stück individueller Freiheit, die von den linientreuen Genossen als kleinbürgerliches Relikt verachtet wurde. Die “Community garden”-Bewegung in den