

Medienmitteilung vom 8. November 2017

Departement Life Sciences und Facility Management der ZHAW

## **Die grüne Branche zwischen persönlicher Kundenbeziehung und Social Media**

**Die Tagung Grünflächenmanagement der ZHAW in Wädenswil stand dieses Jahr ganz im Zeichen der Kommunikation. 200 Teilnehmende aus der grünen Branche folgten den Referaten zum Thema «Kommunikation – für Stadtgrün der Zukunft».**

Mit drei pointierten Thesen eröffnete Moderator Thomas Bratschi, Leiter des Zentrums «Umweltsysteme» am IUNR Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen, die Tagung vom 2. November 2017. Die Thesen wurden im Laufe des Tages immer wieder aufgegriffen, oft bestätigt und teilweise auch in Frage gestellt. These 1: Wir müssen aufhören, unsere Kunden zu suchen. Viel effizienter und effektiver ist es, sicherzustellen, dass Kundinnen uns finden.

These 2: Kundinnen und Kunden bezahlen nicht für «Produkte», sondern für «Geschichten und Emotionen».

These 3: Zu viele Informationen machen uns ängstlich. Wir müssen lernen, Freude an der Unsicherheit und an Entscheidungen trotz Unsicherheiten zu haben.

### **Kontext statt Zielgruppen**

Marc Werlen, Kommunikationsleiter von Grün Stadt Zürich, gab den Tagungsgästen mit auf den Weg, das Marketinginstrument der Zielgruppendefinition zu vergessen. Dies schränke zu sehr ein und sei in multifunktionalen Grünanlagen, welche die unterschiedlichsten Ansprüche befriedigen müssen, nicht entscheidend. Viel wichtiger seien der Kontext und die Mitarbeitenden. Weiter empfahl Werlen, schwierige Aktionen wie Rasensanierungen oder Baumfällungen mit Facebook-Einträgen, Videos oder Luftaufnahmen öffentlich zu erklären, um deren Akzeptanz zu erhöhen. Auch Einblicke in den Alltag der Mitarbeitenden zu geben und Neues auszuprobieren, kommen bei der Bevölkerung gut an.

### **Sich von der Masse abheben**

Frédéric Renzen und Hanno Lietz von der Kommunikations-Agentur Renzen & Partner AG zeigten im nächsten Referat auf, dass starke Marken im Bereich Garten ein Zusammenspiel verschiedener Faktoren sind. Die Basis eines jeden Auftritts ist neben einem konsequenten Corporate Design eine sich von der Masse abhebende, responsive Website, d.h. die Seite passt sich den jeweiligen Endgeräten wie Smartphones und Tablets an. In Zeiten des Informationsüberflusses spielen auch Bewegtbilder und ein packendes Storytelling auf den Kanälen der sozialen Medien eine zunehmend wichtige Rolle. Die Frage ist gemäss den Referenten nicht, ob wir Social Media nutzen, sondern wie gut wir es tun. So sind gemäss den beiden Kommunikationsprofis wöchentlich acht Stunden Aufwand für den betrieblichen Facebook-Account das absolute Minimum.

### **Erlebnis in den Gärten**

Einen Storytelling-Ansatz verfolgt auch die Vermittlungs- und Kommunikationsmethode der Narrative Environments. Hierbei werden Geschichten (Narratives) mithilfe verschiedener Gestaltungselemente in räumlichen Umgebungen (Environments) erzählt. So können wissenschaftliche Fakten packend vermittelt und mit allen Sinnen erlebbar gemacht werden. Die Gärten im ZHAW-Campus Grüental sind seit 2013 Experimentierfeld für die Methode von Narrative Environments. Die beiden Referentinnen Regula Treichler und Monica Ursina Jäger von der ZHAW-Forschungsgruppe Nachhaltigkeitskommunikation unterhielten das Publikum neben ihrem Referat auch mit dem Live-Aufbau mehrerer Themen aus dem Bereich der Narrative Environments.

### **Persönliche Kundenbeziehung ist entscheidend**

Peter Richard, der Inhaber und Geschäftsführer von Winkler Richard Naturgärten, betonte in seinem Referat die Bedeutung einer persönlichen Beziehung zur Kundin/zum Kunden. Durch seinen jährlichen Stand an der Giardina erhält der Gartenunternehmer jeweils 60 bis 80 Anfragen für eine Gartengestaltung. Davon führen ca. 80 Prozent der Anfragen zu einem Auftrag für die Ausarbeitung eines Naturgartenkonzeptes und einer anschliessenden Gartengestaltung. Sein Naturgartenkonzept besteht aus einem farbigen, haptischen Grundrissplan und Perspektivzeichnungen der Gartenbereiche für eine bessere Vorstellung. Weiter gehören zu seinem Konzept jeweils auch ein Projektbeschrieb mit Bildern, samt Grobkosten mit Maximalbetrag. Für 95 Prozent seiner Gartengestaltungen erhält er im Anschluss einen Auftrag für die Gartenpflege. Nach den Arbeiten als Generalunternehmer und einzigem Ansprechpartner wird mit dem Kunden ein Pflegeplan ausgearbeitet. Oft bleibt derselbe Kundengärtner dann über Jahre derselbe und so werden aus Kunden Freunde.

#### **Positiv kommunizieren**

Der Gartenbauwissenschaftler Peter Menke von der Düsseldorfer Stiftung «Die grüne Stadt» stellte in seinem Schlussreferat vor, wie «Die grüne Stadt» es geschafft hat, verschiedene Akteure zu vernetzen und das Bewusstsein für Stadtgrün zu erhöhen. Auch wenn die Vorteile grüner Infrastruktur schon seit Jahrzehnten bekannt sind, gibt es erhebliche Probleme für das urbane Grün: So gibt es oft Budget- und Personalengpässe und vor allem ein mangelndes Problembewusstsein. Die Stiftung hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Debatte für eine nachhaltige Stadtentwicklung anzuregen und ein Netzwerk aufzubauen. Die Publikation einer jährlichen Broschüre zu einem Schwerpunktthema hat sich bewährt. Unter anderem empfiehlt Menke, positiv zu kommunizieren und so viele Medienpartner einzubinden wie möglich.

Weitere Informationen: [www.zhaw.ch/iunr/freiraummanagement](http://www.zhaw.ch/iunr/freiraummanagement)

Die nächste Tagung Grünflächenmanagement findet am 15. November 2018 statt.

Medienmitteilung und Fotos: [www.zhaw.ch/lfsfm/medien](http://www.zhaw.ch/lfsfm/medien)

#### **Fachkontakt Medien:**

Florian Brack, Leiter Forschungsgruppe Freiraummanagement, Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen, ZHAW-Departement Life Sciences und Facility Management, Wädenswil. 058 934 59 26, [florian.brack@zhaw.ch](mailto:florian.brack@zhaw.ch)

#### **Medienstelle ZHAW, Wädenswil:**

Cornelia Sidler, Media Relations Departement Life Sciences und Facility Management, ZHAW / Wädenswil. 058 934 53 66, [cornelia.sidler@zhaw.ch](mailto:cornelia.sidler@zhaw.ch)