



60 Jahre Keukenhof - vom Anziehungspunkt zum wichtigen Wirtschaftsfaktor

LISSE – Der Keukenhof hat es sich zur Aufgabe gemacht, heute und in Zukunft als internationales Schaufenster und selbständiges Plattform des niederländischen Zierpflanzensektors zu fungieren. Den Schwerpunkt bilden dabei Zwiebelblumen. Zu diesem Zweck sollen alljährlich etwa 800.000 Besucher begrüßt werden. Bei der Umsetzung dieses Ziels spielen jedoch externe Faktoren eine wichtige Rolle. Die aktuelle Kreditkrise und der SARS-Ausbruch vor einigen Jahren haben zum Beispiel großen Einfluss auf die Besucherzahlen, unter anderem weil ungefähr 70 % der Gäste aus dem Ausland kommen. Dabei handelt es sich nicht nur um Individualbesucher, sondern auch um Unternehmen und Einrichtungen, die ihren (internationalen) Gästen zeigen möchten, was die Niederlande zu bieten haben. Im Rahmen eines hektischen Programms garantiert ein Besuch im Keukenhof immer einen Augenblick der Ruhe und Inspiration.

Die enormen Besucherzahlen während einer begrenzten Öffnungszeiten von acht Wochen machen den Keukenhof im wahrsten Sinne zu einem Schaufenster. Dieser Besucherandrang wird im Übrigen auch gebraucht, um den Park finanzieren zu können. Der Keukenhof erhält nämlich keine Subventionen. Dass die Blumenzwiebeln von den Einsendern kostenlos zur Verfügung gestellt werden, trägt ebenfalls zur Deckung des Etats bei.

Aufgrund der hohen Besucherzahlen ist der Keukenhof zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor in der gesamten Region geworden. Statistiken belegen, dass der Ausflugstourismus im Bollenstreek („Blumenzwiebelregion“) insgesamt einen Umsatz von etwa 100 Millionen Euro generiert. Hinzu kommen noch Einnahmen in Höhe von einer Viertel Milliarde Euro aus dem Übernachtungstourismus. Rund 20 % der Übernachtungen betreffen Besuche im Bollenstreek. Als zusätzlicher Aspekt wirkt dabei, dass es in dieser Jahreszeit nur wenige andere Anziehungspunkte für Touristen gibt. Der Blumenzwiebelsektor ist damit für den Ruf der Niederlande als Tourismusziel prägend.

Der Park zieht ausländische Touristen magnetisch an. Die Besucher kommen übrigens immer seltener aus den europäischen Nachbarländern, sondern in zunehmendem Maße aus den Vereinigten Staaten und Asien. Diese Gruppe ist vor allem interessant, weil sie während ihres Aufenthalts im Allgemeinen mehr Geld ausgibt. Mit 1,5 bis 2 Millionen Besuchern aus dem Ausland nimmt Süd-Holland unter den Provinzen den zweiten Rang im Hinblick auf den internationalen Tourismus in den Niederlanden ein.

Der Blumenzwiebelsektor sorgt nicht nur für Einnahmen und Arbeitsplätze in der eigenen Branche und im Tourismus, sondern auch im Hotel- und Gaststättengewerbe, im Einzelhandel, bei den Transportbetrieben, in Jachthäfen, Museen sowie bei weiteren Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen. Insgesamt geht ungefähr ein Viertel der Einnahmen und Arbeitsplätze in Süd-Holland auf den Blumenzwiebelsektor zurück. Der Anteil der gesamten Provinz an den Einnahmen der niederländischen Tourismusbranche beläuft sich auf rund 25 %.

Großer Publikumsmagnet

Im Allgemeinen besuchen ausländische Touristen die Niederlande aus vier Gründen: Amsterdam, Mühlen / traditionelles Handwerk / Käse, Van Gogh sowie Blumen und Blumenzwiebeln. In der letzten Kategorie ist der Keukenhof das Aushängeschild schlechthin – für den Zierpflanzensektor, für die Region und für die Niederlande. Damit leistet er einen wichtigen Beitrag zum Image der Niederlande. Die Website des renommierten Reiseführers Lonely Planet öffnet beispielsweise mit einem Text über den Keukenhof. Wikipedia zeigt nur ein Foto der Niederlande: vom Keukenhof. Und wer im Frühjahr über eine internationale Buchungswebseite eine Reise in die Niederlande bucht, sieht als erstes den Touristenmagneten Keukenhof auf dem Monitor.

Der Keukenhof ist im Vergleich zu anderen touristischen Attraktionen nur wenige Wochen im Jahr geöffnet. Er steht auf der Rangliste niederländischer Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen – gemessen an der Besucherzahl pro Woche – mit Abstand an erster Stelle. In absoluten Zahlen belegt der Keukenhof verglichen mit anderen regionalen Attraktionen den fünften Platz.

Die begrenzte Öffnungszeit in einem Zeitraum, in dem die Region nur mit einem geringen Tourismusangebot aufwarten kann, stellt den Keukenhof alljährlich vor eine einmalige Herausforderung. Die Organisation betrachtet das auch als ihre große Stärke. Traditionell stehen die Zwiebelblumen im Mittelpunkt, aber anno 2009 hat der Keukenhof weit mehr zu bieten. Die Besucher lernen Schnittblumen, Pflanzen und Baumschulprodukte kennen, doch auch wer Kunst und Kultur schätzt, kommt durch verschiedene Ausstellungen und Workshops auf seine Kosten. Darüber hinaus möchte der Keukenhof seine Besucher mit unterschiedlichen Garten- und Interieurstilen, bei denen Blumenzwiebeln und Zwiebelblumen eine wichtige Rolle spielen, inspirieren. Und auch der Jugend wird Aufmerksamkeit gewidmet.

Eigene Kultur

Der Keukenhof ist ein Ort, an dem Natur, Kunst und Kultur eine Einheit bilden. Wenn die Frühjahrstemperaturen steigen und die Zwiebelblumen in voller Farbenpracht erstrahlen, macht der Keukenhof seine Besucher mit den verschiedensten Gartenstilen bekannt. Der englische Landschaftsgarten bildet im Keukenhof zwar die Basis, aber der historische Garten mit den alten Blumenzwiebelsorten, der Naturgarten mit seiner ganz besonderen Kombination aus Zwiebelblumen, Stauden und Sträuchern und der Japanische Bauerngarten haben sich inzwischen ebenfalls ihren Platz erobert und einen Namen gemacht.

Um dem Keukenhof immer wieder ein anderes Gesicht zu verleihen, liegt der Bepflanzung jedes Jahr ein neuer Entwurf zugrunde. Die Zusammensetzung ist so ausgeklügelt, dass die Besucher während der gesamten Öffnungsperiode die Blütenpracht der Zwiebelblumen genießen können. Die rund sieben Millionen Blumenzwiebeln für die Bepflanzung werden von den etwa einhundert Einsendern, die sich kein attraktiveres Schaufenster für ihre Produkte wünschen könnten, unentgeltlich zur Verfügung gestellt.

In den Pavillons finden wechselnde Blumen- und Pflanzenausstellungen statt. Dort wird den Besuchern eine auserlesene Möglichkeit geboten, Ideen für das eigenen Haus oder den eigenen Garten zu sammeln. Mehrere bekannte Floristen demonstrieren, wie sich (Zwiebel)Blumen auf überraschende Art in einem Strauß verarbeiten lassen. Die Pavillons sind gleichzeitig die Bühne für die Teilnehmer an den Züchterwettbewerben, bei denen in jedem Produktbereich die beste Zuchtleistung gekürt wird. Der Sieger darf den Keukenhof Award mit nach Hause nehmen.

Im Oranje Nassau Pavillon steht die Verwendung von Zwiebelblumen bei der Innengestaltung im Mittelpunkt. Dort wird gezeigt, wie Zwiebelblumen in verschiedenen Interieurstilen genutzt werden können: von klassisch bis modern. Der Juliana Pavillon ist die interessante Begegnungsstätte von Kunst und Natur. Es werden Objekte junger Künstler ausgestellt, aber auch etablierte Namen sind vertreten. Auf die eine oder andere Art entsteht hier immer eine Beziehung zur natürlichen Basis des Keukenhofs. Im Übrigen ist auch im Park Platz für Kunstobjekte reserviert. Angesehene Galerien wählen dafür Skulpturen niederländischer und ausländischer Künstler aus, die mit ihrem Stil und ihrer Ausstrahlung in den Keukenhof passen.

Kurze Kommunikationswege und offener Dialog

Die Stiftung *Internationale Bloemententoonstelling Keukenhof* wird vom Vorstand geleitet, der die allgemeine Strategie vorgibt. Die Vorstandsmitglieder werden auf der Grundlage ihres Know-hows, ihres Könnens sowie ihrer Erfahrungen und Kontakte ausgewählt. Der Vorstand führt seine Arbeit im Allgemeinen nicht vor Ort aus, steht jedoch zur Verfügung, wenn spezifische Fachkenntnis gefragt ist. Die Strategievorbereitung und -umsetzung liegt in den Händen der Organisation.

In der Geschäftsführung laufen alle formellen Fäden zusammen. Der Allgemeine Geschäftsführer Piet de Vries steht an der Spitze des Unternehmens Keukenhof. Er ist für das Tagesgeschäft verantwortlich und unterhält einen offenen Dialog mit dem Vorstand. Die Geschäftsführung leitet das Managementteam an. Das Klima in der gesamten Organisation ist durch intensive Rücksprache gekennzeichnet. Im Gegenzug erwartet der Keukenhof von seinen Mitarbeitern, dass sie Ideen einbringen, die für die Organisation von Interesse sein könnten.

Das Unternehmen Keukenhof setzt alles daran, dass sich der Park in den beiden Monaten, in denen er für den Publikumsverkehr geöffnet ist, von seiner besten Seite präsentiert. Dazu ist eine konstruktive Zusammenarbeit aller Beteiligten und ein Einsatz erforderlich, der über die eigentliche Funktionsbeschreibung hinausgeht. Charakteristisch für die offene Unternehmenskultur sind eine deutliche Kommunikation und klare Vereinbarungen sowie Vertrauen und Respekt. Die positive

Einstellung, durch die sich die Keukenhof-Mitarbeiter auszeichnen, sorgt für große Arbeitsfreude. Das spiegelt sich wie selbstverständlich in einer brillanten Frühjahrsausstellung wider.