



Interview mit Dr. Lutz Spandau, München

Interesse wecken, Geld lockermachen

Dr. Lutz Spandau ist Vorstand der Allianz Umweltstiftung und damit Herr über ein Stiftungsvermögen von 50 Mio.€. Beim 3. Landschaftsbautag in Weihenstephan erklärte Spandau den Zuhörern, wie ein Konzern Gartenkultur fördert und was die grüne Branche davon lernen kann.

Die Allianz Umweltstiftung ist eine von drei Stiftungen, mit denen der weltgrößte Versicherungskonzern sein Image in der Gesellschaft aufpoliert. Statt mit Kleingedrucktem wollen die Münchner mit positiv belegten Feldern in die Erinnerung der Menschen eingehen und gleichzeitig gesellschaftliche Verantwortung für die Pflege von Natur, Gartenkultur und Grün in der Stadt übernehmen. Die 1990 aus Anlass des hundertjährigen Bestehens der Allianz gegründete Stiftung verfügt über eine üppige Finanzausstattung: 100 Mio. DM hat die Aktiengesellschaft als Gründerin der Einrichtung mit auf den Weg gegeben; eine Million für jedes Jahr ihres Bestehens. Dieselbe Summe hat die Stiftung mittlerweile in den Schutz von Arten, Lebensräumen oder gartenkulturellen Kunstwerken investiert: 51 Mio.€ gab die

Einrichtung, die ausschließlich die Erträge des Stiftungsvermögens einsetzt, in den vergangenen 15 Jahren aus; für spektakuläre Projekte genauso, wie für viele kleine Maßnahmen, die in der Öffentlichkeit weniger stark wahrgenommen werden.

Als Vorstand agiert ein Landschaftsarchitekt. DEGA sprach mit Dr. Lutz Spandau über die Tätigkeit der Stiftung und seinen Blick auf die grüne Branche.

? DEGA: Die Allianz Umweltstiftung unterstützt zahlreiche Projekte der Gartenkultur, wie etwa den „Orientalischen Garten“ in Berlin-Marzahn, den „Großen Garten“ in Hannover-Herrenhausen oder den „Fasanengarten“ im sachsenanhaltinischen Blankenburg. Nun gibt es notleidende Gartenanlagen zur Genüge: Was muss man mitbringen, um von Ihnen Geld zu bekommen?

! Spandau: Sponsoring – ein Zauberwort der letzten Jahre – erlebt seit den Zeiten leerer Haushaltskassen eine wahre Inflation. Durch alle Amtsstuben geistert es. Mancher Dezernent hegt gar den Traum, Stiftungen mögen der öffentlichen Hand zur Seite eilen und ihr die finanzielle Bürde für Umwelt und Kultur abnehmen.

Die so instrumentalisierten Stiftungen winken natürlich dankend ab, denn sie haben eigene Beweggründe.

Die Allianz Umweltstiftung hat sich zur Aufgabe gemacht

Projekte zu fördern, die das Bewusstsein für Natur und (Garten)Kultur schärfen und stärken. Es geht allgemein darum, für ein lebenswertes Dasein in einer sicheren Zukunft zu wirken. Unser Brennpunkt liegt daher im Schutz, der Pflege und der Entwicklung der Natur- und Kulturlandschaften.

Den Schutz unserer Umwelt sehen wir nicht als Selbstzweck, sondern als eine Kulturleistung an. Für Eitelkeiten schneller Alltagserfolge taugt eine Stiftung nicht.

Besonders gerne fördert daher die Allianz Umweltstiftung Projekte, die im Schnittpunkt zwischen Natur und Kultur liegen. Grundsätzlich bewilligt die Allianz Umweltstiftung einen Betrag bis zu maximal der Hälfte der Gesamtkosten – weil Projekte erfolgreich nur im Schulterchluss mehrerer Partner gestaltet werden können. Man muss die Ideen mitbringen und eine Teilfinanzierung leisten.

? DEGA: Vom ehemaligen BÜGA-Geschäftsführer Hanspeter Faas war in Weihenstephan einmal mehr zu hören, dass andere Großereignisse wie zum Beispiel Sportevents immer mehr Aufmerksamkeit und Zuwendung bekommen würden, als Gartenveranstaltungen. Aus Ihrer Innensicht: Gilt das auch für die Allianz und wenn ja weshalb?

! Spandau: Aufmerksamkeit und Zuwendungen hängen



nicht von der „Größe“ des Ereignisses ab! Entscheidend sind die Inhalte. So wollen Stiftungen nicht Geld in einen „großen Topf“ werfen, aus welchem dann die gesamte Veranstaltung finanziert wird. Stiftungen wollen inhaltlich, zeitlich, räumlich und finanziell klar abgegrenzte Projekte unterbreitet bekommen, deren Förderwürdigkeit dann im Gesamtansatz eines Großereignisses geprüft werden kann.

Wenn dennoch der Eindruck besteht, anderen Großveranstaltungen wird mehr Aufmerksamkeit geschenkt, sollte die „Grün- und Umweltszene“ sehr genau prüfen, welche Methoden andere anwenden, um ihre Ziele zu erreichen. Eventuell haben wir im „grünen Bereich“ hier Nachholbedarf und können von anderen Veranstal-

KONTAKT

Allianz Umweltstiftung 

Allianz Umweltstiftung
Maria-Theresia-Straße 4 A
81675 München

Telefon 089/41 07 33-6, Fax -70
info@allianz-umweltstiftung.de

www.allianz-umweltstiftung.de



Der „Orientalische Garten“ in Berlin-Marzahn gehört zu einem der spektakulären Projekte, für welche die Allianz-Umweltstiftung einen Zuschuß gab

tern und Veranstaltungen viel lernen.

? DEGA: Ihren Vortrag in Weihenstephan haben Sie mit der provokanten Aussage begonnen, Grün habe kein Image. Erklären Sie uns doch mal in drei Sätzen, wie Sie darauf kommen.

! Spandau: Wir stellen immer wieder fest, wie schwierig es ist, den Wert von „Grün“ zu vermitteln. Unsere Kollegen aus der Allianz Kulturstiftung haben es bei ihren Themen der Kulturförderung viel leichter.

Woran liegt das? Das kann nur daran liegen, dass „Grün“ kein Image hat. „Grün“ ist halt einfach „Grün“. Es kostet nichts, ist einfach vorhanden und kann immer, überall und jederzeit umsonst „konsumiert“ werden. Woher soll da ein Image kommen?

Solange der Wert von „Grün“ von der Gesellschaft nicht erkannt wird, wird „Grün“ kein positives Image erhalten, für das es sich lohnt, sich einzusetzen.

? DEGA: Selbst in Ihren Abwägungen für die Umwelt-

stiftung wird letztlich nach marktwirtschaftlichen Gesichtspunkten, wie Nachhaltigkeit und Effizienz des „Investments“ geurteilt. Fehlt gerade den Landschaftsarchitekten Ihrer Meinung nach der Blick für das Geschäftliche?

! Spandau: Ich glaube nicht, dass uns Landschaftsarchitekten der Blick für das „Geschäftliche“ fehlt. Dafür sind wir doch viel zu erfolgreich. Allerdings befürchte ich ab und an, dass wir Landschaftsarchitekten zu sehr in unserer eigenen Welt leben und damit die Fähigkeit zur Konversation mit unseren Kunden verloren gehen könnte. Dies betrifft Inhalte ebenso wie den Planungsjargon, den wir für uns entwickelt haben. Und wenn wir den Kontakt zum „Kunden“ verlieren, dann bewirkt dies letztendlich doch geschäftliche Implikationen.

? DEGA: Sie beklagen besonders bei den Landschaftsarchitekten die Unfähigkeit, ihr Werk und ihre Ideen zu vermarkten. Woran hapert es?

! Spandau: Wie ich eben schon ausführte, scheinen

wir Landschaftsarchitekten in unserer eigenen Planungswelt zu leben. Manches Mal habe ich den Eindruck, wir haben uns zu Mauerblümchen entwickelt. Oder kennen Sie eine gesellschaftlich relevante Gruppe, die uns Landschaftsarchitekten gerne und häufig zum Tanz bittet? Liegt dies daran, dass wir uns etwas unbeholfen auf dem glatten gesellschaftlichen Parkett bewegen? Oder liegt es daran, dass wir – wie wohl wenig geschmeidig und rhythmusbegabt – stets den Takt und die Führung übernehmen wollen? Resultiert daraus, dass – wie mit den Mauerblümchen – keiner mehr mit uns will? Fragen über Fragen, die zu diskutieren sehr interessant wären.

? DEGA: Die Allianz Umweltstiftung ist in der Regel nur Juniorpartner bei der Finanzierung. Gleichzeitig sagen sie, dass es genug Töpfe mit Geld gebe: Was können Sie Not lei-

Wege zur Realisierung von Projekten finden! Ich kann nur raten, zu außergewöhnlichen Leistungen anzuspornen, neue Entwicklungen anzuregen, zur Kreativität ermuntern! Dies wird belohnt werden – so ähnlich, wie Einsatz, Begeisterung und Leidenschaft unserer Fußballer belohnt wurde!

? DEGA: Die Allianz bedient Millionen von Menschen, vom Milliardär bis zum Kleinkunden. Prägt der Umgang mit Menschen, die eine Dienstleistung erwarten, auch die Arbeit der Stiftung? Oder anders gefragt: Was kann die grüne Branche in Sachen Kundenansprache von einem erfolgreichen Dienstleister wie der Allianz lernen?

! Spandau: Ich denke, das Wichtigste, was wir lernen können, ist, dass auch wir Landschaftsarchitekten Dienstleister und damit unseren Kunden verpflichtet sind. Weniger Selbstverwirklichung, dafür

„Solange der Wert von Grün nicht erkannt wird, wird Grün auch kein positives Image bekommen“

denden Kommunen raten, die Gartenanlagen zu sanieren oder zu unterhalten haben?

! Spandau: Hier kann ich nur eine sehr allgemeine Aussage machen: Partner sein, für alle und alles, die offen für Neues sind! Beweisen, dass aus Freude an Natur und Umwelt Vieles möglich ist!

Zeigen, dass Schutz, Pflege und Entwicklung der Natur- und Kulturlandschaft auch Freude bereiten kann! Neue

mehr Dienstleistung! „Kundennähe“ sollte das Zauberwort der Zukunft für uns Landschaftsarchitekten sein! Hier können wir von anderen Dienstleistern richtungweisende Inhalte lernen!

Das Gespräch führte
Tjards Wendebourg,
Bilder: AllianzUmweltstiftung (1), Ute-Christina Bauer (1)