



BGL-Vizepräsident und Jurymitglied Erich Hiller überzeugte das Niveau der Bewerbungen.

Die GaLaBau-Helden 2016 im Bereich Ausbildung sind:

- Anna Adelman (Uihlein, Königheim, Baden-Württemberg)
- Jonas Becker (Kramer Garten, Olpe, NRW)
- Michael Schmidt (Gaissmaier Landschaftsbau, Bayern)

Die GaLaBau-Helden 2016 im Bereich Fortbildung sind:

- Niklas Otto (Garten König, Adelsried, Bayern)
- Antipas Karipoglu (Albrecht Bühler Baum und Garten, Nürtingen, Baden-Württemberg)

GaLaBau-Helden stehen fest

BGL verleiht erstmalig Bildungspreis für Aus- und Fortbildung

Anna Adelman, Jonas Becker und Michael Schmidt erhielten Mitte Dezember 2016 eine erfreuliche Nachricht: Sie alle dürfen sich über den Ausbildungspreis des Bundesverbands Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau e. V. (BGL) freuen und erhalten jeder 1.000 Euro sowie einen Bildungsgutschein im Wert von 1.500 Euro. Gleiches gilt für Niklas Otto und Antipas Karipoglu, die den Fortbildungspreis im gleichen Wert gewonnen haben.

Der BGL hat unter dem Namen GaLaBau-Helden erstmals einen Bildungspreis für Nachwuchskräfte ausgelobt, um außergewöhnliche Leistungen in der Aus- und Fortbildung sowie besonderes

Engagement für Branche und Berufsstand auszuzeichnen.

Hohe Qualität der Bewerbungen

Im dreimonatigen Bewerbungszeitraum zwischen August und Oktober 2016 gingen insgesamt 26 Bewerbungen ein. „Die Qualität und das Niveau der Einreichungen insbesondere im Ausbildungsbereich war sehr hoch. Hier haben wirklich Nuancen den Unterschied ausgemacht“, erklärt Erich Hiller, BGL-Vizepräsident und Jurymitglied, die Entscheidungsfindung. „In Zeiten des demografisch bedingten Fachkräftemangels ist exzellent qualifiziertes und engagiertes Personal für die Betriebe und die gesamte Branche von großer Bedeutung. Mit dem Bildungspreis möchten wir unseren Beitrag dazu leisten, dass sich Qualität und Engagement im Beruf auszahlen“, fügt Hiller an.

Neben den exzellenten Noten in der Abschluss- oder Meister-/Technikerprüfung zeichnen sich die Sieger vor allem durch ihr vielfältiges berufsständisches Engagement aus. Dies reicht von der erfolgreichen Teilnahme an Berufswettkämpfen über die Werbung für den Beruf des Landschaftsgärtners als Ausbildungsbotschafter, der Teilnahme an Ausbildungsmessen bis hin zu Unterstützung in Planung und Umsetzung eines Messestands auf einer Fachmesse.

Die Preisverleihung findet am 12. April auf dem Vorabendempfang des Bundesverbandes Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau e.V. (BGL) zur IGA Berlin 2017 statt.

Alle Informationen zum BGL-Bildungspreis unter: www.galabau-helden.de

Johannes Bömken, AuGaLa, Bad Honnef



In diesem Heft

- Mein Grünes NRW 2
- Willkommenslotsen 3
- Neue Nachwuchswerbekampagne 4
- Fachnormen aktualisiert 7
- Programmübersicht: WdA-Seminare 8



Azubi-Blogger Chris, Ole, Kevin und Larissa

(Foto: VGL NRW)

#MeinGrünesNRW

Auszubildende im Garten- und Landschaftsbau bloggen

Wie verschiedene Statistiken und Studien (wie z. B. die ARD/ZDF-Onlinestudie 2016) belegen, ist das Nutzungsverhalten der Jugendlichen in der angesprochenen Zielgruppe in den sozialen Medien sehr ausgeprägt. 91,5 Prozent der 14- bis 19-Jährigen nutzen täglich das Internet. Jugendliche greifen zu 82 Prozent auf das mobile Internet zurück und verbringen täglich 163 Minuten online, Tendenz steigend. Daher hat sich der Verband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau Nordrhein-Westfalen (VGL NRW) für die gezielte Ansprache der Jugendlichen über die sozialen Medien entschieden.

Auf der Internetseite www.meingruenesnrw.de finden interessierte Jugendliche Informationen zum Ausbildungsberuf des Landschaftsgärtners in NRW. Im Fokus der Seite steht ein Azubi-Blog, auf dem Larissa, Kevin, Ole und Chris auf authentische Weise über ihren Berufs-, Schul- und Lehrgangsalldag berichten. Um die Azubi-Blogger besser kennenzulernen, werden die Blogbeiträge durch Kurzfilme und Steckbriefe der Auszubildenden unterstützt. Ergänzend zum Blog besteht ein gleichnamiger YouTube-Kanal, der neben den Kurzfilmen der Auszubildenden, die Ausbildung zum Landschaftsgärtner vorstellt.

Fotowettbewerb: grüner Lieblingsplatz im Fokus

Der namensgleiche Fotowettbewerb #meingruenesnrw, der von August bis Anfang Oktober 2016 durchgeführt wurde, hatte den Schwerpunkt der Bewerbung dieser Nachwuchskampagne. Der Fotowettbewerb zielte darauf ab, dass sich

Schüler der Altersgruppe von 14 bis 19 Jahren mit dem Thema „Natur“ beschäftigen. Die Jugendlichen wurden durch den Wettbewerb dazu animiert, Erlebnisse und Erfahrungen in der Natur in den sozialen Medien zu dokumentieren. Eine Identifikation mit dem eigenen „grünen Umfeld“ an ihrem sogenannten „grünen Lieblingsplatz“ war Zielsetzung des Wettbewerbs. Zahlreiche, abwechslungsreiche Beiträge wurden auf den Social-Media-Plattformen Facebook und Instagram eingereicht. 300 Bildeinreichungen wurden in drei Gewinnrunden von einer Jury begutachtet und die jeweils vier besten Bilder prämiert. Die glücklichen Sieger konnten sich über Outdoor-Preise freuen, die den Bezug zum Thema „Grün“ und den Aufenthalt in der Natur fördern.

Sogenannte Influencer haben die Bewerbung des Wettbewerbes mit eigenen Bildbeiträgen unterstützt und für die Kampagne geworben. Ein Influencer ist eine Person, die aufgrund ihrer starken Präsenz und ihrer hohen Follower-Zahlen in den

sozialen Netzwerken für die Bewerbung von beispielsweise Kampagnen engagiert wird. Die Wahl der Influencer ist in diesem Fall auf Jugendliche bei Instagram gefallen, die sich mit dem Thema „Natur“ und „Grün“ beschäftigen. Neben Online-Maßnahmen, wie Google Adwords und Facebook Ads, wurde der Fotowettbewerb ebenfalls offline durch Printmedien beworben. Alle eingereichten Beiträge werden zusätzlich auf der Social-Wall der Internetseite www.meingruenesnrw.de abgebildet. Dadurch wird ein direkter Zusammenhang zwischen den Social-Media-Plattformen und der Webseite hergestellt. Nicht nur das Facebook- und das gleichnamigen Instagram-Profil weisen viele Zugriffe auf, sondern auch die Videos des YouTube-Channels – über 20.000 Aufrufe. Die Teilnahme zur Einreichung der „grünen Lieblingsplätze“ wird weiterhin beworben, so dass fortlaufend Beiträge folgen.

Suchen und Finden – automatisch

Nach Beendigung des Wettbewerbs können alle Themenbereiche des Garten- und Landschaftsbaus auf den Profilen dargestellt werden und auf den Beruf des Landschaftsgärtners aufmerksam machen. Dazu dienen sogenannte Hashtags. Ein Hashtag ist ein Schlagwort, das mittels des Rauten-

Volle Vielfalt – die Social Media Wall www.meingruenesnrw.de.

(Foto: VGL NRW)

zeichens (#) als potentieller Suchbegriff markiert wird. Somit finden sich alle Bilder die mit dem #GaLaBau oder #Ausbildung gepostet werden in einem identischen Bilderpool wieder. Durch die gezielte Suche mit den passenden Hashtags werden die Beiträge der Nachwuchswerbekampagne in

den Suchergebnissen abgebildet.

Das Design der Seite www.meingrueenes-nrw.de wird nach Beendigung des offiziellen Fotowettbewerbes neu aufgelegt. Der Azubi-Blog zur Bewerbung des Berufsnachwuchses rückt weiter in den Vordergrund. Die Ausbildung zum Landschaftsgärtner wird auf der Webseite eingehend beschrieben und durch die Blogbeiträge von den

vier Azubi-Bloggern unterstützt. Die Social-Media-Kanäle Facebook und Instagram flankieren den Azubi-Blog zusätzlich mit Informationen zum Berufsbild.

Die Nachwuchswerbekampagne #meingrueenesnrw ist ein Pilotprojekt und wurde seit dem Start Mitte Juni 2016 gut angenommen. Weiterhin ist es nun das Ziel, die Facebook-Präsenz sowie den Instagram-

Account #MeinGrünesNRW auszubauen und so mehr Aufmerksamkeit auf den Ausbildungsberuf des Landschaftsgärtners zu lenken. Des Weiteren bietet die Webseite www.meingrueenesnrw.de als Herzstück der Kampagne einen wichtigen Anlaufpunkt für den potentiellen Berufsnachwuchs.

Miriam Schwenker, VGL NRW, Oberhausen

Update: Flüchtlinge im GaLaBau

Bereits seit Juli 2016 stehen den Betrieben des Garten-, Landschafts- und Sportplatzbaus über das gesamte Bundesgebiet die sogenannten Willkommenslotsen als Ansprechpartner rund um Fragen der Integration von Flüchtlingen in den GaLaBau-Arbeitsmarkt zur Verfügung – gefördert über das Programm Willkommenslotsen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Wie ist der Stand Anfang 2017, welche Rolle spielen Flüchtlinge derzeit im GaLaBau?

Von Beginn an war das Ziel und die Hauptaufgabe der Willkommenslotsen, die Herausforderungen und Hemmnisse, die bei der Integration von Flüchtlingen auftreten, abzumildern und den Zugang für Flüchtlinge in den Arbeitsmarkt des Garten- und Landschaftsbau zu erleichtern. Hierzu stehen den Betrieben mittlerweile nicht nur die sechs Lotsen des Bundesverbandes Garten-, Landschaft und Sportplatzbau zur Verfügung, sondern zudem ein weiterer Willkommenslotse

Gefördert durch:



**PASSGENAUE
BESETZUNG**
WILLKOMMENSLOTSEN

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

in NRW bei der DEULA Westfalen-Lippe GmbH in Warendorf. Auch in Sachsen wird eine lokale Lösung über den Landesverband organisiert. Die Lotsen beraten die Betriebe in allen praktischen Fragen der betrieblichen Integration von Flüchtlingen durch Hospitation, Praktika, Einstiegsqualifizierung, Ausbildung oder Beschäftigung.

Gleichzeitig fungieren sie als Schnittstelle zwischen den Betrieben, Landesverbänden, Behörden sowie den Flüchtlingen und Asylsuchenden mit Bleibeperspektive – Services, die Betriebe kostenfrei nutzen können.

Potenzial nutzen – Verantwortung übernehmen

Manfred Gnoss, Willkommenslotse für die Regionen Berlin-Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern, Rheinland-Pfalz und Saarland, zur aktuellen Situation: „Auch wenn Flüchtlinge im GaLaBau eine geringe Rolle spielen, nach Erhebungen der Landesverbände und deren Willkommenslotsen zeigen von den rund 3.700 Mitgliedsbetrieben des BGL etwa 10 bis 15 Prozent Interesse an der Beschäftigung und/oder der Ausbildung von Flüchtlingen. Oft ist bei diesen Betrieben eine doppelte Motivation zu erkennen, sich mit Flüchtlingen zu befassen, sie zu beschäftigen oder gar auszubilden: Zum einen leitet sich ihr Engagement aus einer tief empfundenen Verpflichtung ab, im Hinblick auf die Dimension des Flüchtlingsproblems gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Zum anderen haben diese Betriebe



Willkommenslotse Manfred Gnoss weiß um das Potenzial der Flüchtlinge.

gleichzeitig einen klaren Blick auf folgende Win-win-Situation: Viele Betriebe, auch und gerade in demographisch problematischen Gebieten, haben akute Personalprobleme. Sie suchen händeringend insbesondere in unserer Branche ausgebildete Fachkräfte. Abhilfe schaffen kann die Beschäftigung und Ausbildung von Flüchtlingen. 25 Prozent der Flüchtlinge sind jünger als 32 Jahre, die meisten Flüchtlinge sind hochmotiviert – nach weitgehend einhelliger Meinung der Befragten sind sie fleißig und pünktlich. So gewinnt also jeder!“

Manfred Gnoss ist sich sicher, dass dieser Win-win-Effekt weitere GaLaBau-Betriebe zur Nachahmung veranlassen wird, die bisher Vorbehalte gegen „die Fremden“ haben. Und als Willkommenslotse weiß er aus der Erfahrung, „Sprache ist die Grundvoraussetzung jeder Integration, die Anstrengungen der Agenturen für Arbeit und anderer Institutionen sind enorm, es ist viel guter Wille und viel Potenzial für die grüne Branche vorhanden, das die Betriebe 2017 vermehrt nutzen sollten.“ Alle Ansprechpartner finden Sie unter: www.galabau.de/willkommenslotsen.aspx.

Thomas Wiemer, AuGaLa, Bad Honnef

Neue Herausforderungen – neue Nachwuchswerbung

Von A, wie Anzeigen, über M, wie Messestände, bis Z, wie Zeitungsartikel – mit Beginn des Jahres 2017 ist die neue Nachwuchswerbekampagne des AuGaLa ins Rennen um den mehr und mehr begehrten Nachwuchs gegangen. Die vom Ausbildungsförderwerk koordinierte Kampagne steht allen ausbildungsumlagepflichtigen Unternehmen kostenlos zur Verfügung, um die Fachkräfte der Zukunft gezielt anzusprechen – ob junge Männer oder junge Frauen. Nutzen Sie das breite Angebot der Maßnahmen, ein Vorteil im Wettbewerb um den begehrte Jugend.

Wandlung ist notwendig wie die Erneuerung der Blätter im Frühling“, das wusste schon Vincent van Gogh (1853-1890), und das gilt mehr denn je für die Werbung in unserer schnelllebigen Medienwelt, vor allem, wenn es um die Begeisterung der Jugend geht. Nach langer, intensiver, kreativer – sowie wissenschaftlich gestützter – Vorbereitung ist die neue Nachwuchswerbekampagne des Ausbildungsförderwerkes für die Unternehmen des Garten-, Landschafts- und Sportplatzbaues nun ins Rennen gegangen. Ende Januar wurden bundesweit alle aktiv ausbildenden ausbildungspflichtigen Betriebe per Postversand mit wichtigen Informationen und Daten versorgt.

Das werbliche Handwerkszeug – „frei Haus“ geliefert

Mehr als 3.000 Betriebe erhielten Post von August Forster, dem Vorsitzenden des AuGaLa, mit allen wesentlichen Angaben, die ihnen kostenfrei das „Rüstzeug“ an die Hand geben, um die neue Kampagne im Sinne ihrer betriebseigenen Nachwuchsgewinnung nutzen zu können. In der Mappe „Geben Sie Perspektiven. Nachwuchswerbung im Garten- und Landschaftsbau“ findet sich alles, was Unternehmen brauchen, um eine zukunftsgerichtete Fachkräftesicherung zu realisieren. Die Broschüre „Den Nachwuchs begeistern“ fasst die wesentlichen Merkmale der Kampagne zusammen und zeigt auf, welche Motive und Individualisierungen zur Verfügung stehen. Die Broschüre „Anzeigen-Katalog“ gibt einen Überblick über den richtigen Einsatz der Kampagne. Und die in der Mappe einlie-

gende USB-Karte bietet – kostenfrei – alle notwendigen Daten und Elemente für den eigenen Einsatz, den ihres Grafikers oder ihrer Druckerei.

Gigabytes für die Gewinnung des Nachwuchses

Von der Gestaltungsrichtlinie, über die Hinweise zur Verwendung des Signums bis zu den rechtlichen Rahmenbedingungen – auf dem digitalen Speichermedium finden Anwender alles, was sie für die Nutzung der neuen Nachwuchswerbekampagne brauchen. Hier stehen nicht nur die fünf neuen Anzeigenmotive in diversen Formaten (farbig und schwarz-weiß) zur Verfügung, hier finden sich auch die Grundlagen zur Individualisierung für die Betriebe: Farben, Schriften, Raster ... Raum für das Unternehmenslogo und die eigenen Kontaktdaten.

Mit externem Dienstleister oder am eigenen PC – Sie haben die Wahl

Ob ein Unternehmen für seine individuelle Nachwuchswerbung am eigenen PC Vorlagen erstellen möchte oder ein Grafiker den MAC-Computer nutzt ... auf der USB-Karte stehen die Daten für beiden „Rechnerwelten“ zur Verfügung. Die PC-optimierten Versionen dienen der einfachen Erstellung von Werbemitteln, wie Flyern, Werbebriefen, Präsentationen, mit Hilfe der Standard-Windowsprogramme „MS Office“. Die „MAC-Versionen“ der USB-Karte sind die Daten für die professionelle Druckdatenerstellung (bis zum Format in der Größe DIN-A4) z. B. in Abstimmung mit einem Grafikbüro, einer Druckerei oder einem Anzeigenverlag.



Bundesweit ein einheitlicher Look

Von Schleswig-Holstein bis Baden-Württemberg, von Nordrhein-Westfalen bis Sachsen – bereits Ende 2016 startete die Produktion der neuen Informationsmaterialien, Messe-Ausstattungen und Werbemittel, damit die zahlreichen Aktionen der zwölf dem AuGaLa angeschlossenen Landesverbände auf den Berufsmessen in der ganzen Republik einen einheitlichen Auftritt aufweisen. Auch diverse Anzeigenschaltungen der Verbände wurden bereits im neuen Look realisiert – zahlreiche Medien und Maßnahmen werden sukzessive angepasst. Und auch die (Fach-) Presse berichtete schon über die mit Spannung erwartete neue Nachwuchskampagne der Experten für Garten und Landschaft.

Landschaftsgärtner verändern die Welt ...

... das gilt nicht nur für unsere grünen Baustellen, sondern auch für das Leben der jungen Menschen, und die Berufswahl ist ein wesentlicher Schritt, eine Weichenstellung für die persönliche Zukunft. Mit der neuen Werbekampagne des AuGaLa können ausbildungsumlagepflichtige Unternehmen nun Maßnahmen realisieren, die den heiß umworbenen Nachwuchs mit zeitgemäßer Bildsprache ansprechen – denn eine starke Branche braucht gerade für die Sicherung des Fachkräfte einen starken Auftritt!

Nutzen Sie die modernen Medien und Maßnahmen für den Betrieb, Ihre Referentinnen und Referenten für Nachwuchswerbung, kurz RFN, unterstützen Sie gerne – alle Kontaktdaten finden unter: www.augala.de/ansprechpartner.aspx.

Thomas Wiemer, AuGaLa, Bad Honnef



Fünf Motive – ein breites Spektrum: die neue Nachwuchswerbekampagne für ausbildungsumlagepflichtige Betriebe.



Nach 2003 und 2011 heißt es 2017 wieder: zugreifen und den Nachwuchs zeitgemäß ansprechen.



Voll informiert: Ob für Unternehmer oder den Nachwuchs, die neue Bildsprache umfasst alle Medien des AuGaLa, auch die Film-DVD, die mittlerweile viersprachig vorliegt.



Unübersehbar: die bis zu drei Meter hohen Roll-up ziehen die Blicke auf sich und informieren umfassend.



Bundesweit im Einsatz: Die zentral vom AuGaLa koordinierte Printwerbung wurde bereits lange vorm Jahreswechsel auf neue Beine gestellt.



Schreibblock, Minzbox, Multifunktionsstuch ... neue Werbemittel, neuer Look!

Fachnormen aktualisiert

Instandhaltungsleistungen sowie Rasen und Saatarbeiten

Zwei wichtige Landschaftsbaufachnormen sind Ende 2016 in einer aktualisierten Fassung veröffentlicht worden: die „DIN 18919 Vegetationstechnik im Landschaftsbau – Instandhaltungsleistungen für die Entwicklung und Unterhaltung von Vegetation (Entwicklungs- und Unterhaltungspflege)“ sowie die „DIN 18917 Landschaftsbaufachnorm für Rasen und Saatarbeiten“. Sie wurden grundsätzlich redaktionell überarbeitet, konkretisiert, ergänzt und neu gegliedert – die wichtigsten Änderungen im Überblick.

DIN 18919 Vegetationstechnik im Landschaftsbau – Instandhaltungsleistungen für die Entwicklung und Unterhaltung von Vegetation (Entwicklungs- und Unterhaltungspflege)

Neben einer grundsätzlichen redaktionellen Überarbeitung und einer Neugliederung der Landschaftsbaufachnorm für die Entwicklungs- und Unterhaltungspflege von Grünflächen, DIN 18919 sind gegenüber der bisherigen Version aus dem Jahr 2002 in der aktualisierten Ausgabe 2016-12 der Norm verschiedene Anforderungen konkretisiert und ganz neu ergänzt worden. Auffälligste Veränderung ist zunächst der neue, zugegebenerma-



... müssen mindestens zwei Mal im Jahr geschnitten werden.

ßen recht sperrige Normentitel. Aus der ehemaligen „Entwicklungs- und Unterhaltungspflege für Grünflächen“ wurden nun „Instandhaltungsleistungen für die Entwicklung und Unterhaltung von Vegetation (Entwicklungs- und Unterhaltungspflege)“. Hintergrund dieser Veränderung sind

die Festlegungen in § 1 VOB/A, wonach Bauleistungen Arbeiten jeder Art sind, durch die eine bauliche Anlage hergestellt, instand gehalten, geändert oder beseitigt wird. Die aktualisierte Norm nimmt diese Begrifflichkeit bereits im Titel auf und verdeutlicht, dass es sich bei den aufgeführten „Pflegemaßnahmen“ um Bauleistungen handelt, die nach VOB ausgeschrieben und beauftragt werden können.

Klar gestellt wird das insbesondere durch die Festlegungen im Abschnitt 3.1, wonach es sich bei den „Instandhaltungsleistungen zur Entwicklung“ um diejenigen Leistungen handelt, die zur Erzielung eines funktionsfähigen Zustandes der Vegetation erforderlich sind. In der Anmerkung 2 zum Begriff wird deutlich gemacht, dass die Dauer bis zum Erreichen des funktionsfähigen Zustandes abhängig ist von der Art der Vegetation und den jeweiligen Standortverhältnissen. Demnach kann das Erreichen eines funktionsfähigen Zustandes z. B. bei Rasenflächen nur wenige Wochen, bei Bäumen hingegen bis zu 15 Jahre betragen. Dieser Zeitraum wird in den FLL „Empfehlungen für Baumpflanzungen“ und in der „ZTV-Baumpflege“ als Jungbaumpflege (Erziehungs- und Aufbauphase) bezeichnet.

Konkretisiert und differenzierter beschrieben wurden die Leistungen bei Pflanzflächen. Ergänzt wurden hier mögliche naturschutzrechtliche Aspekte, die bei der Festlegung von Leistungen zu berücksichtigen sind und Baumkontrollen nach den „FLL-Baumkontrollrichtlinien“. Hinsichtlich der Häufigkeiten (Anzahl) und Intervalle (Abstände) einzelner Pflegeleistungen fehlten bislang Angaben in der Norm. Hier wird nun explizit auf den „FLL-Objektartenkata-



Formgehölze und -hecken ...

log (OK Frei)“ innerhalb der „FLL-Empfehlungen für die Planung, Vergabe und Durchführung von Leistungen für das Management von Freianlagen“ verwiesen mit der Maßgabe, dass die Vorgaben von „Service-Level 1“ nicht unterschritten werden sollten.

Hinsichtlich der Beseitigung von unerwünschtem Aufwuchs sind nun jeweils in eigenen Abschnitten differenzierte Angaben enthalten zu Jäten, Lockern, Ausmähen, dauerhaften Wurzelunkräutern und invasiven Pflanzenarten.

Die Regelungen zum Pflanzenschnitt wurden neu strukturiert und ergänzt. So sind Formhecken und Formgehölze nach den normativen Festlegungen im Abschnitt 5.5.6 mindestens zweimal im Jahr zu schneiden. Einzuhalten ist dabei ein senkrecht bzw. sich von unten nach oben verzweigendes Heckenprofil bis etwa 15 Prozent.

Für das Wässern von Pflanzen wurde eine neue Tabelle 2 mit Empfehlungen zu den einzelnen Wassermengen je Pflanze in Abhängigkeit von der Größe sowie der vorhandenen Bodenart nach DIN 4220 (Sand, Lehm/Ton) ergänzt.

Bei den Leistungen für Rasen und wiesenähnliche Flächen wurden die Wuchs- und Schnitthöhen sowie die Anzahl der Mähgänge in Tabelle 3 überarbeitet. Ergänzt wurde der Grundsatz, dass die Höhe des Rückschnittes 1/3 bis maximal die Hälfte der Wuchshöhe betragen soll.



Für das Düngen von Rasenflächen werden in Tabelle 4 Empfehlungen für jährliche Stickstoffangaben in Abhängigkeit von der Bodenart nach DIN 4220 (Sand, Lehm/Ton) sowie von der örtlichen Nutzung (selten, normal, intensiv) bzw. Belastung (gering, mittel, hoch) als durchschnittliche Regelmengen angegeben. Nicht verändert wurden, zur Vermeidung von Überdüngung und aus Gründen des Boden- und Umweltschutzes die bisherigen Inhalte, dass die Bemessung der Nährstoffmengen auf der Grundlage von Nährstoffgehaltsbestimmungen des Bodens erfolgen sollte.

Ergänzt wurden für das Wässern von Rasenflächen die Mengen je m² und Wässerungsgang in Abhängigkeit von der Bodenart; sie betragen 8 – 10 Liter/m² bei sandigen Böden und 10 – 15 Liter/m² bei lehmigen Böden.



Landschaftsbaufachnorm für Rasen und Saatarbeiten ...

DIN 18917 Vegetationstechnik im Landschaftsbau – Rasen und Saatarbeiten

Neben einer grundsätzlichen redaktionellen Überarbeitung und einer Neugliederung der Landschaftsbaufachnorm für Rasen und Saatarbeiten, DIN 18917 sind gegenüber der bisherigen Version aus dem Jahr 2002 in der aktualisierten Ausgabe 2016-12 der Norm verschiedene Anforderungen konkretisiert und ganz neu ergänzt worden.

Neu aufgenommen wurden z. B. die Abschnitte 5.4 mit Regelungen für „Gebietseigenes Saatgut“ und 5.5.1 für Fertigrasen, jeweils unter Verweis auf die Anforderungen der FLL-Regelwerke „Empfehlungen für Begrünungen mit gebietseigenem Saatgut“ und „TL Fertigrasen“.

Konkretisiert und differenzierter beschrieben wurden die Leistungen zur Bodenvorbereitung bei der Herstellung von Rasenflächen. Sofern hierbei eine Bodenlockerung tiefer als 5 cm erfolgt, muss zur Vermeidung von ungleichmäßigen Setzungen vor dem Erstellen des Feinplanums die Fläche gleichmäßig rückverdichtet werden, z. B. mit Walzen, Rüttelegeren. Das Feinplanum ist, jeweils angepasst an die örtlichen Gegebenheiten, grundsätzlich weitläufig und gleichmäßig ausgezogen zu modellieren. Für das Feinplanum bei ebenen, nicht ausmodellierten Rasenflächen wurde eine Tabelle mit zulässigen Abweichungen von der Ebenheit neu aufgenommen. Hier hat der Planer/Ausschreibende nun die Möglichkeit eine entsprechende Kategorie in der Leistungsbeschreibung aufzunehmen bzw. auszuwählen.



... grundsätzlich redaktionell überarbeitet und neu gegliedert.

Nicht verändert wurden die Anforderungen, dass die Anschlüsse an Einfassungen, Beläge und dergleichen bündig herzustellen sind und nur nach unten bis 2 cm abweichen dürfen. Bei Verwendung von Fertigrasen ist hierbei die Schältdicke zu berücksichtigen und das Feinplanum entsprechend tiefer anzusetzen.

Neu aufgenommen wurde in Abschnitt 6.2.3 die Anforderung, dass Maulwurfsperren mit höchstens 10 cm Überdeckung einzubauen sind.

Für Fertigrasen wurde die Empfehlung in die Norm aufgenommen, dass eine vorhergehende phosphorbetonte Düngung der Vegetationstragschicht das Einwurzeln des Fertigrasens fördert. Klar gestellt wurde nunmehr, dass die einzelnen Bahnen des Fertigrasens fugenlos und eng aneinander stoßend zu verlegen sind. Hier gab es in der Vergangenheit wegen der unpräzisen Formulierung, dass Fugen gegebenenfalls zu verfüllen seien, häufig Auseinandersetzungen wegen der zulässigen Fugenbreiten.

Neu formuliert und ergänzt wurde der gesamte Abschnitt 7 zur „Fertigstellung“. So wurde die Begrifflichkeit des „abnahmefähigen Zustandes“ aus vertragsrechtlichen Gründen entfernt und durch den Abschnitt „Anwuchserfolg“ ersetzt.

Klar gestellt wurde auch, dass nach dem Abschluss der Leistungen zur Fertigstellungspflege die neuen Rasenflächen im übertragenen Sinn zwar „abnahmefähig“, aber bei weitem noch nicht voll funktionsfähig sind. Die Funktionsfähigkeit wird erst mit den daran anschließenden Instandhaltungsleistungen für die Entwicklung (Entwicklungspflege) erreicht.

Eine Nutzung der neu hergestellten Rasenflächen ist deshalb zunächst nur mit Einschränkungen möglich. Die Einschränkungen sind dabei grundsätzlich abhängig von Art, Dauer und Intensität der Nutzung (z. B. Kinderspiel, Haustiere) sowie von den Witterungsverhältnissen. Im Ergebnis bedeutet dieses, dass Rasenflächen zunächst nur langsam und schonend in Betrieb genommen werden können.

Heinz Schomakers, BGL, Bad Honnef

Programmübersicht WdA-Seminare

Informieren Sie sich näher bei Ihrem Landesverband über die Seminare

Zeitraum	Titel	Referent	Ort
Landesverband Baden-Württemberg			
10.02.2017	Ein kleiner Stupser genügt – Führen zwischen Laufenlassen und totaler Kontrolle	José Flume	Leinfelden-Echterdingen
03.03.2017	Konfliktgespräche in der Ausbildung meistern	Eberhard Breuninger	Leinfelden-Echterdingen
10.11.2017	Vermittlung von Pflanzenkenntnissen – Schwerpunkt Stauden, Gräser	Ulrich Herzog	Leinfelden-Echterdingen
17./18.11.2017	Souverän auftreten und kommunizieren – Rhetorik für Ausbilder	Eberhard Breuninger	Leinfelden-Echterdingen
24.11.2017	Wie Sie das eigene Ausbildungskonzept planvoll in die Betriebsorganisation integrieren	Günther Daiß	Leinfelden-Echterdingen
Landesverband Bayern			
06.02.2017	Wie Sie zum Azubiflüsterer werden: Ausbildung in kleinen Betrieben effizient gestalten u. organisieren	Sabine Bleumotier	Nürnberg
14.02.2017	Auswahl von Auszubildenden	Christine Görzen	Gräfelfing
15.02.2017	Auswahl von Auszubildenden	Christine Görzen	Nürnberg
Fachverband Berlin und Brandenburg			
15./16.02.2017	Ausbildung und Image – sind Sie ein attraktiver Ausbildungsbetrieb?	José Flume	Großbeeren
Fachverband Hamburg			
03.03.2017	Wir machen uns fit – mehr Pflanzenkunde im Betrieb	Dirk Kühlke	Hamburg
Fachverband Hessen-Thüringen			
14.02.2017	Kommunikation und schwierige Situationen mit Auszubildenden meistern	Judith Landes	Wiesbaden
21.02.2017	Junge Menschen (noch) besser verstehen und Auffälligkeiten richtig begegnen	José Flume	Wiesbaden
14.03.2017	Als Ausbilder/in gekonnt kontern – die eigene Schlagfertigkeit entwickeln	Eberhard Breuninger	Wiesbaden
Fachverband Mecklenburg-Vorpommern			
02.02.2017	Zeit für Ausbildung	Christine Görzen	Güstrow
Landesverband Niedersachsen-Bremen			
26.01.2017	Das ist eine ... äh ... Dings ...? Wie erwirbt mein Azubi Pflanzenkenntnisse	Michael Zimmermann	Bremen
02./03.02.2017	Sprechen wir noch eine Sprache? Erfolgreiche Kommunikation mit dem Azubi	Anke Arndt-Storl	Bremen
Landesverband Nordrhein-Westfalen			
02.02.2017	Nachwuchs werben – (noch) positiver ansprechen und auftreten im Recruiting	Stefanie Zunft	Oberhausen
03./04.02.2017	Vom Auszubildenden zur Fachkraft	Jörg Buschfeld	Oberhausen
Landesverband Sachsen			
23./24.02.2017	Zeitgewinn für die Ausbildung – Geschäft und Ausbildung kombinierbar machen	José Flume	Klipphausen
23./24.03.2017	Pflanzenkenntnisse methodisch abwechslungsreich und nachhaltig vermitteln	Christa Hiltmann	Dresden-Pillnitz
Landesverband Sachsen-Anhalt			
02./03.03.2017	Spricht ihr Azubi schon botanisch?	Cornelia Pacalaj	Halberstadt
Fachverband Schleswig-Holstein			
10./11.02.2017	Als Ausbilder/in gekonnt kontern – die eigene Schlagfertigkeit entwickeln	Eberhard Breuninger	Aukrug-Tannenfelde

Impressum

Herausgeber: AuGaLa | Haus der Landschaft | 53602 Bad Honnef | Tel.: 02224 7707-0 | Fax: 02224 7707-77 | www.augala.de | info@augala.de | Verantwortlich: Dr. Robert Kloos | Redaktion: Roger Baumeister | Reiner Bierig | Laura Gaworek | Angelika Kaminski | Andrea Kolb | Axel Niemetz | Miriam Schwenker | Thomas Wiemer | Herstellung: signum|kom, Köln | Druck: Strube Druck & Medien OHG, Felsburg | Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung des Herausgebers wieder. | ©2017 Ausbildungsförderwerk Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau e. V.