

Torben Halbe

Wie können wir forstliche Wertschöpfung
wertschätzend kommunizieren?

ETH

Eidgenössische Technische Hochschule Zürich
Swiss Federal Institute of Technology Zurich



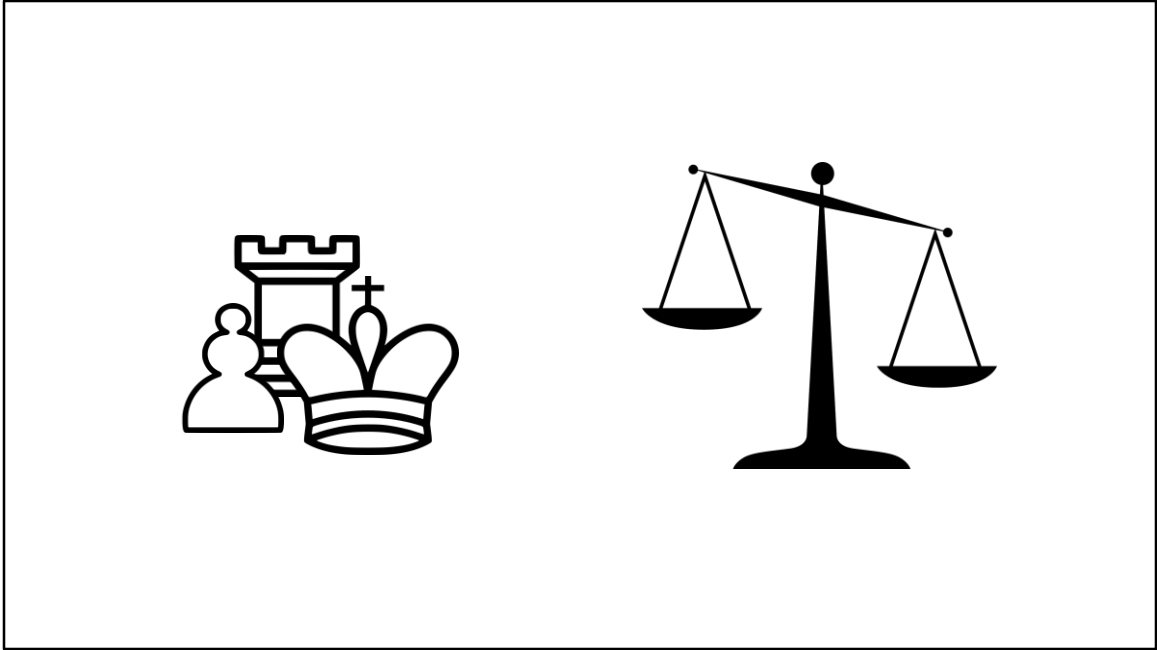
Ich habe an der ETH Zürich Biologie studiert, spezialisiert auf Neurowissenschaften, und später "Das wahre Leben der Bäume" als Antwort auf Peter Wohllebens "Das geheime Leben der Bäume" geschrieben.



Damals glaubte ich, auch aufgrund der wissenschaftlichen Ausbildung, es zählte vor allem das Gewicht der Arguments, wenn man Menschen überzeugen will.



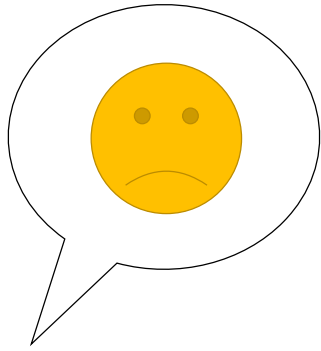
Dennoch kann meine eher wissenschaftliche Antwort mit Herrn Wohllebens Erfolg nicht mithalten. Um dieses Problem besser zu verstehen, habe ich dann in Kanada Wissenschaftskommunikation studiert. Danach bin ich beim DFWR angestellt worden.



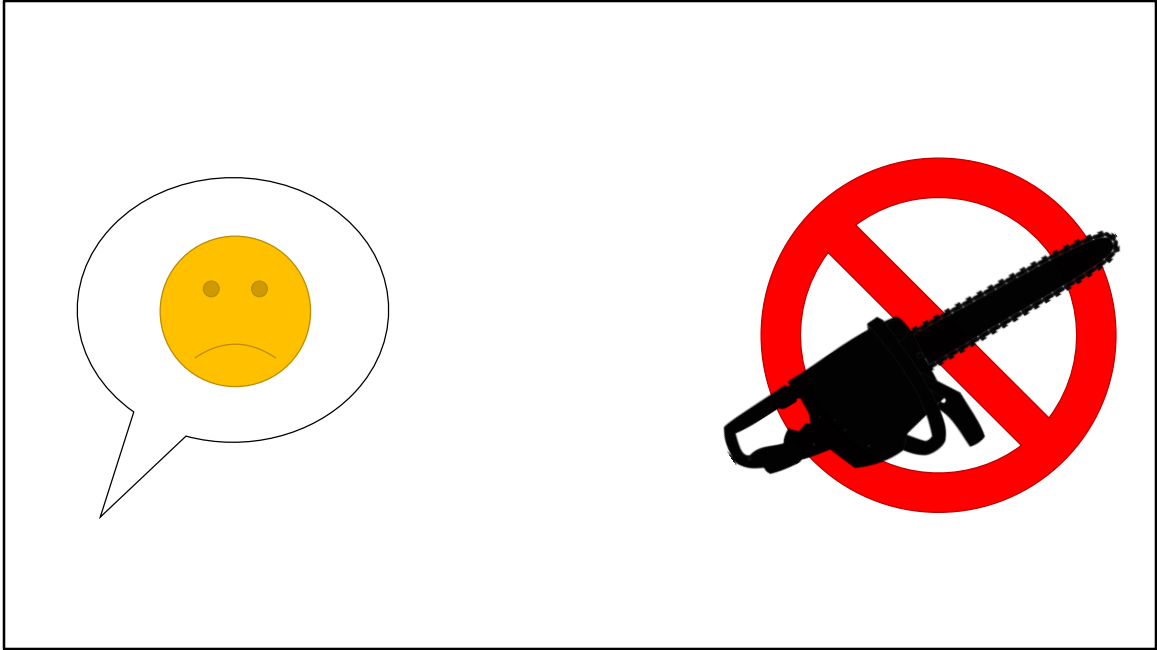
Durch das Studium und die Arbeit dort habe ich inzwischen gelernt, dass das Gewicht des Arguments allein nicht ausreicht. Man muss eine Kommunikationsstrategie haben: Was man wem sagt, wann und wie; und auch, wann man einmal nichts sagt, selbst wenn man etwas weiß.



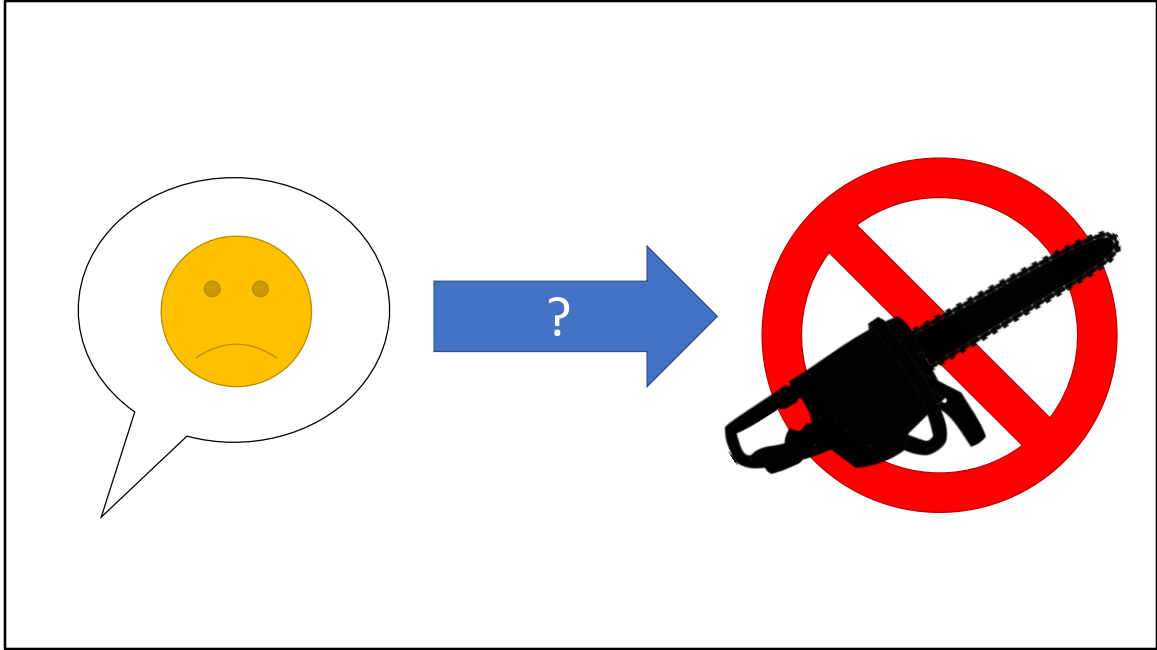
Um eine Strategie zu finden, müssen wir zunächst einmal ein Ziel festlegen. Unser Ziel ist die Verhinderung der weiteren Reduzierung der Holznutzung, also von Flächenstilllegungen und schweren regulatorischen Eingriffen. Natürlich freut es uns auch nicht, wenn die Forstwirtschaft in der Presse diffamiert wird, aber das alleine macht uns noch nichts kaputt. Erst die Verbote schmerzen wirklich.



Wie also können wir Verbote verhindern? Dazu müssen wir überlegen, wie sie zustande kommen. Wir glauben vielleicht, schlechte Presse ist das Problem.



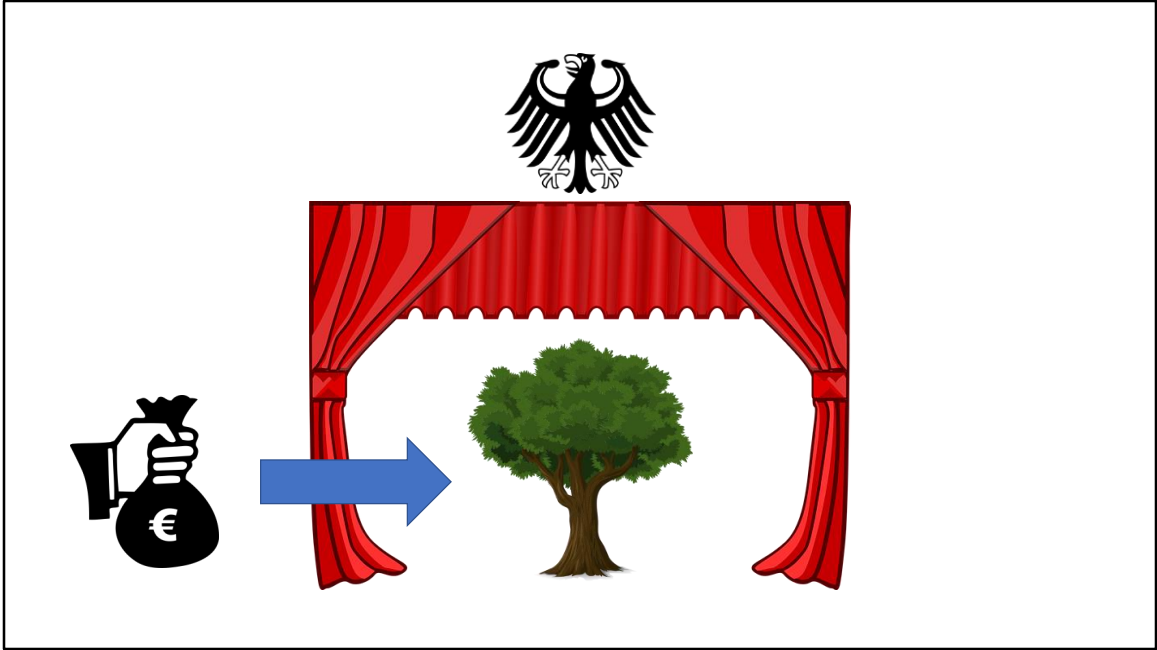
Denn parallel zu Missfallensbekundungen in der Presse und natürlich auf dem Buchmarkt sehen wir eine Zunahme von Flächenstilllegung und Regulierung.



Aber lässt sich aus dieser Gleichzeitigkeit ein ursächlicher Zusammenhang folgern?
Schließlich bedeutet Korrelation nicht Kausation.



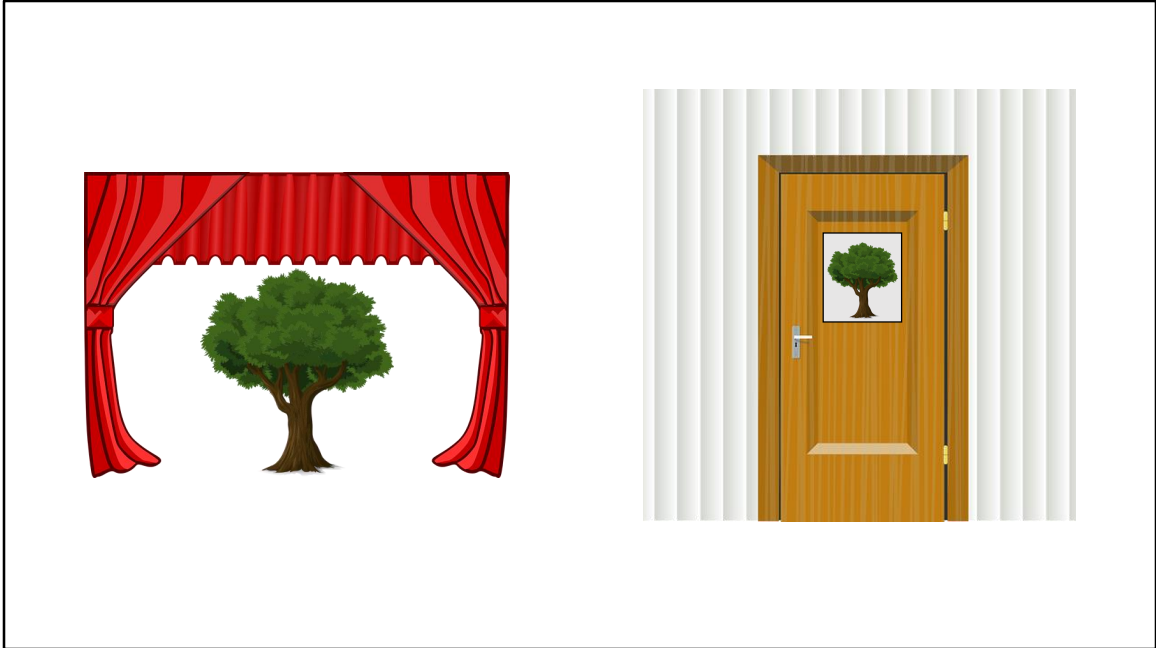
Wenn dieser Zusammenhang bestünde, müssten wir sehr stark auf der Bühne der breiten Öffentlichkeit aktiv werden. Dabei ist "breite Öffentlichkeit" gleich Bundesöffentlichkeit.



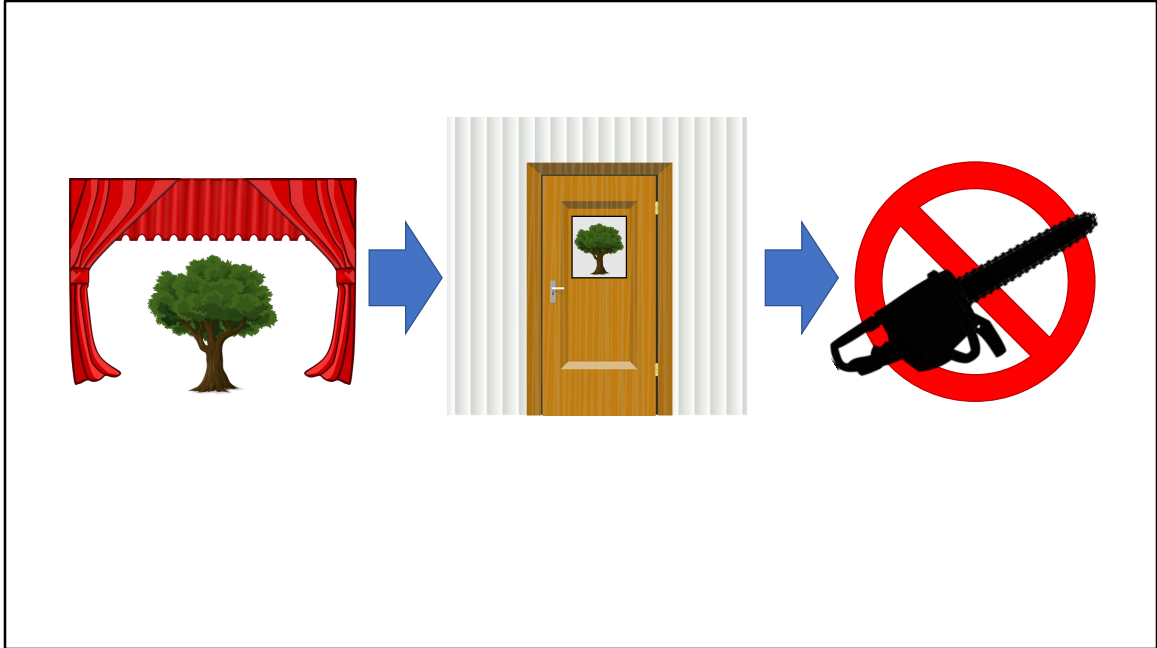
Wir müssten also versuchen, unsere Ressourcen einzusetzen, um auf dieser Ebene Werbung für die deutsche Forstwirtschaft zu machen.



Doch wenn wir das versuchen, merken wir schnell, dass es sich um einen Kampf gegen Windmühlen handelt. Oder um das Auspeitschen der See, wie es Xerxes getan haben soll. Die Forstwirtschaft ist ein Thema, das kaum prominent ist. Wir erreichen die Leute deswegen nur schlecht.



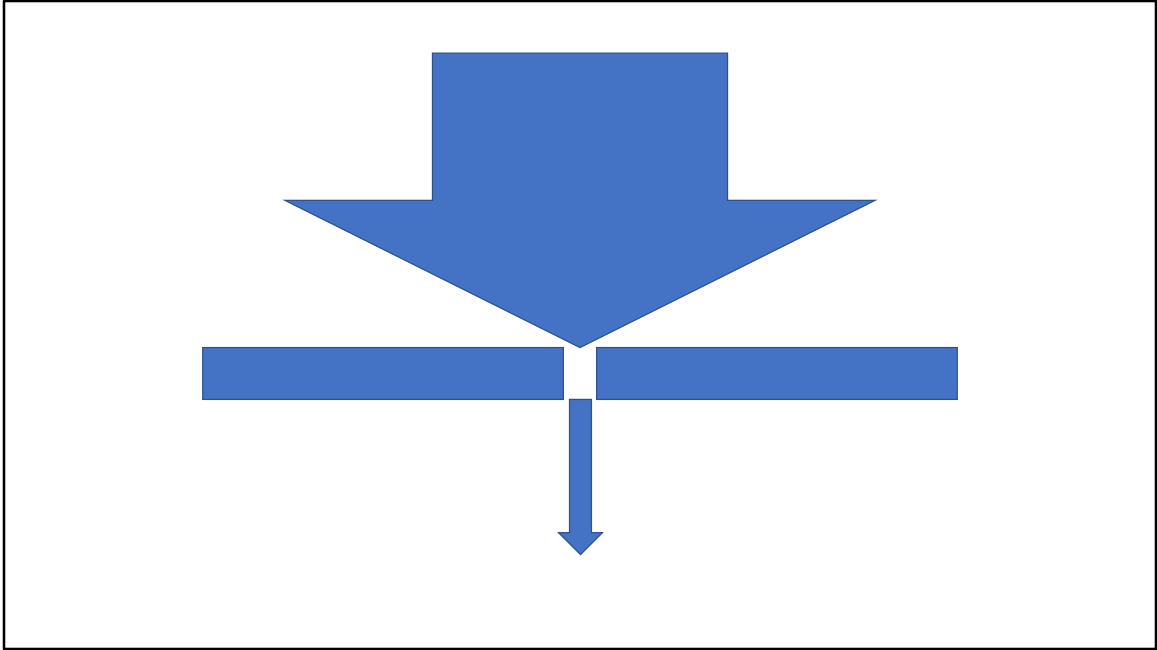
Angesichts dieser Schwierigkeiten müssen wir strategisch überlegen, wie wir unsere begrenzten Mittel einsetzen wollen. Dazu möchte ich eine zweite Bühne neben der öffentlichen ins Spiel bringen: Die politische. Die Themen und Diskussionen in Ministerien und Ausschüssen sind deutlich anders als in den Medien, zum Beispiel viel spezialisierter und detaillierter. Und Gesetze werden nicht von der Öffentlichkeit gemacht, sondern auf dieser zweiten Bühne.



Was wir aber angesichts des Erfolgs von Peter Wohlleben usw. befürchten, ist Folgendes: Das öffentlicher Druck die Beamten und Politiker dazu bringt, für uns schädliche Gesetze zu erlassen. Und das kann durchaus passieren, aber eher nicht auf der Bundesebene.



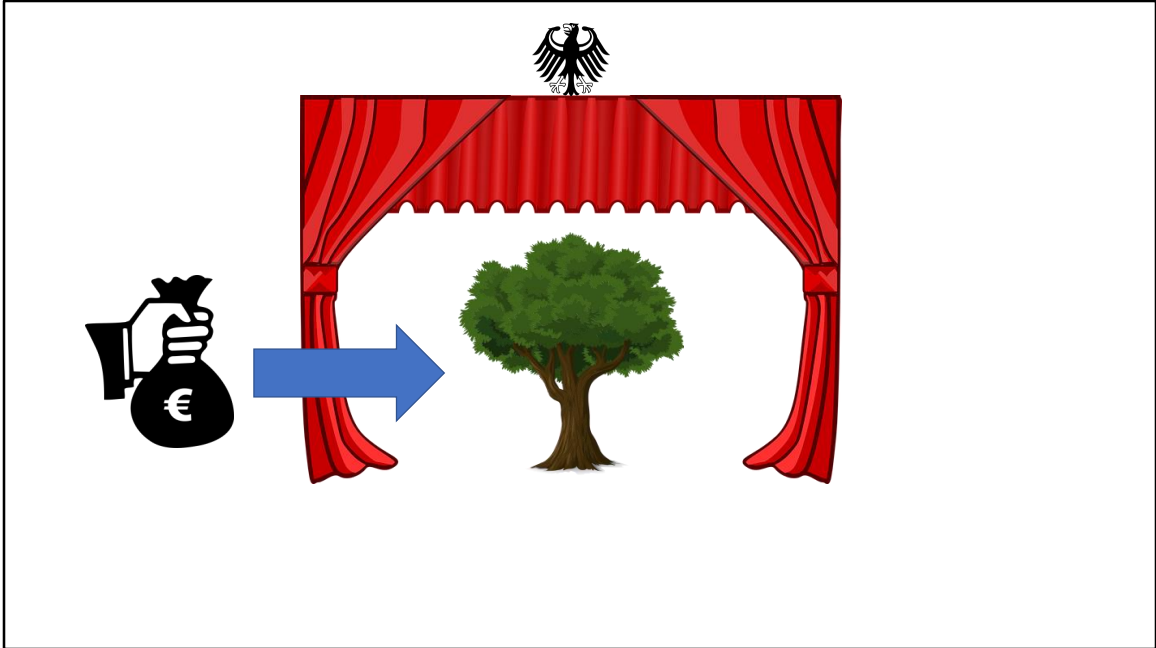
Denn auf Bundesebene muss das Thema Forstwirtschaft mit vielen anderen Themen konkurrieren, die den meisten Menschen viel wichtiger sind. Denken wir beispielsweise an Kriminalität, Terrorismus, Landwirtschaft und Fußball.



Das fällt uns womöglich gar nicht so auf, weil unsere kognitiven Filter auf die Forstwirtschaft sehr stark anspringen. Die meisten Menschen filtern das Thema eher heraus, wir dagegen nehmen es prominent wahr, wenn es einmal in den Medien ist.



So sieht es dann für unsere Wahrnehmung aus.



So erklärt sich womöglich der Gedanke, wir könnten mit ein paar Investitionen in Kommunikation das Thema Forstwirtschaft dauerhaft in unserem Sinne im Bewusstsein der Öffentlichkeit verankern. Dabei ist das selbst den Gegnern der Forstwirtschaft, den großen Umweltschutzorganisationen, trotz ihrer großen Mittel nie gelungen.

Wohlleben, Peter

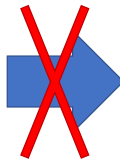
Das geheime Leben der Bäume

Verlag / Herausgeber: Ludwig

EAN: 9783453280670

Erscheinungsdatum: Mai 2015

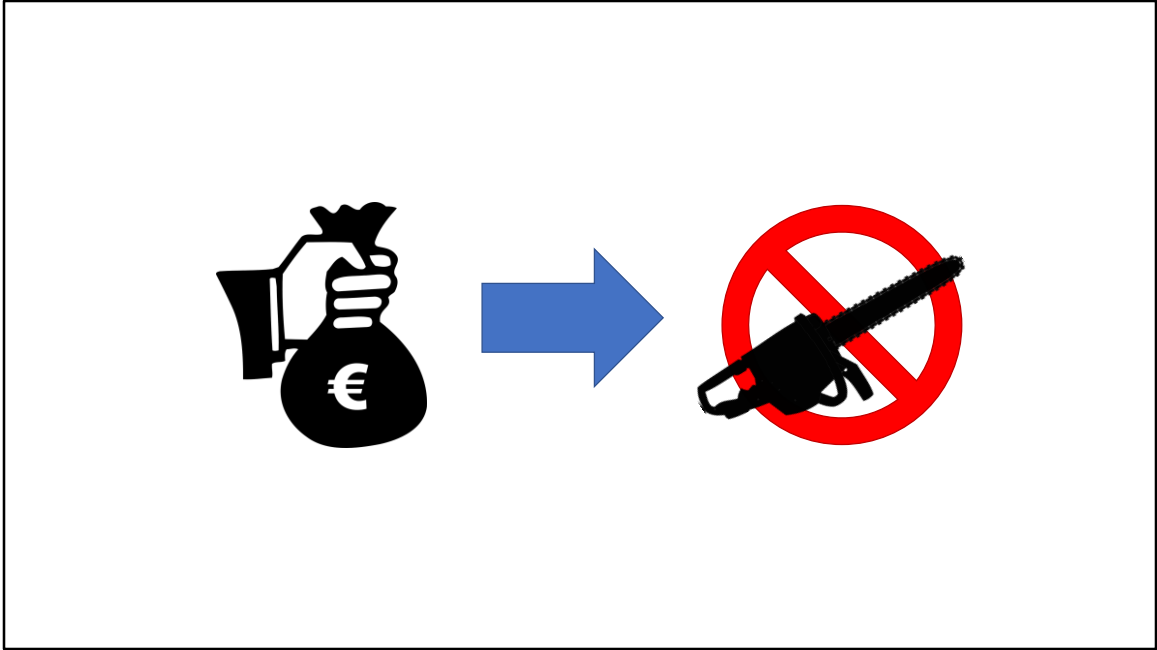
Anzahl der Platzierungen auf der Bestseller Liste **166**!



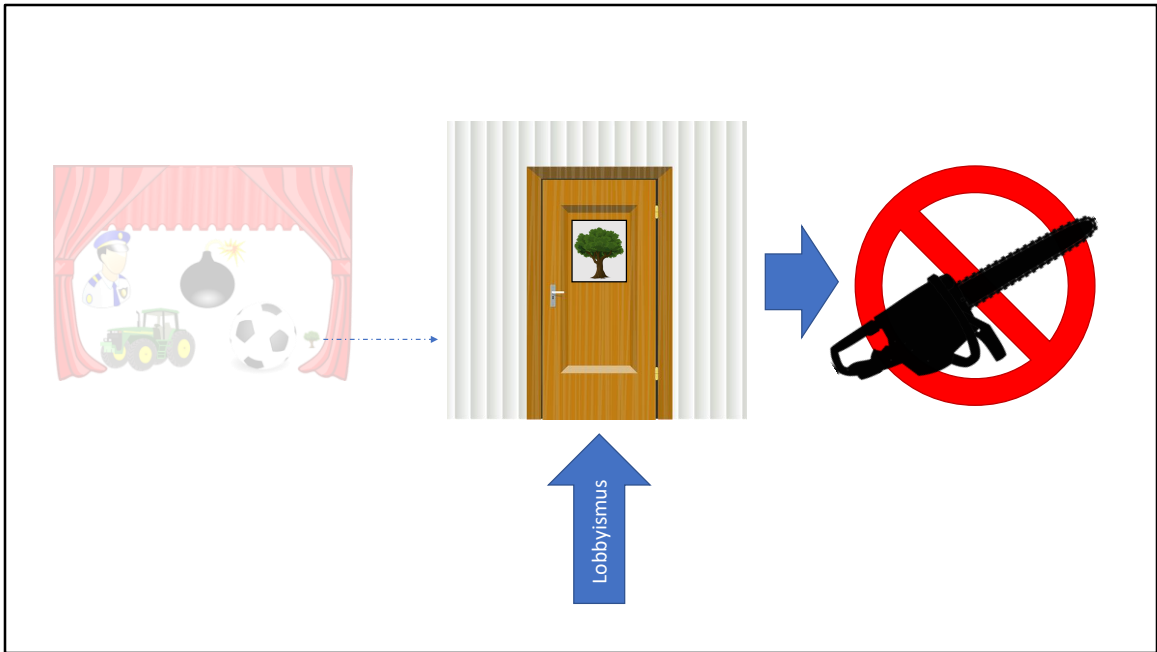
Selbst zu Wohllebens Hochzeiten ist es nicht in Berlin zu Demonstrationen gegen den Waldbau gekommen. Anders als bei Themen, die wirklich im öffentlichen Interesse sind, wie die Landwirtschaft, entstand so also auch kein signifikanter Druck auf die Politik.



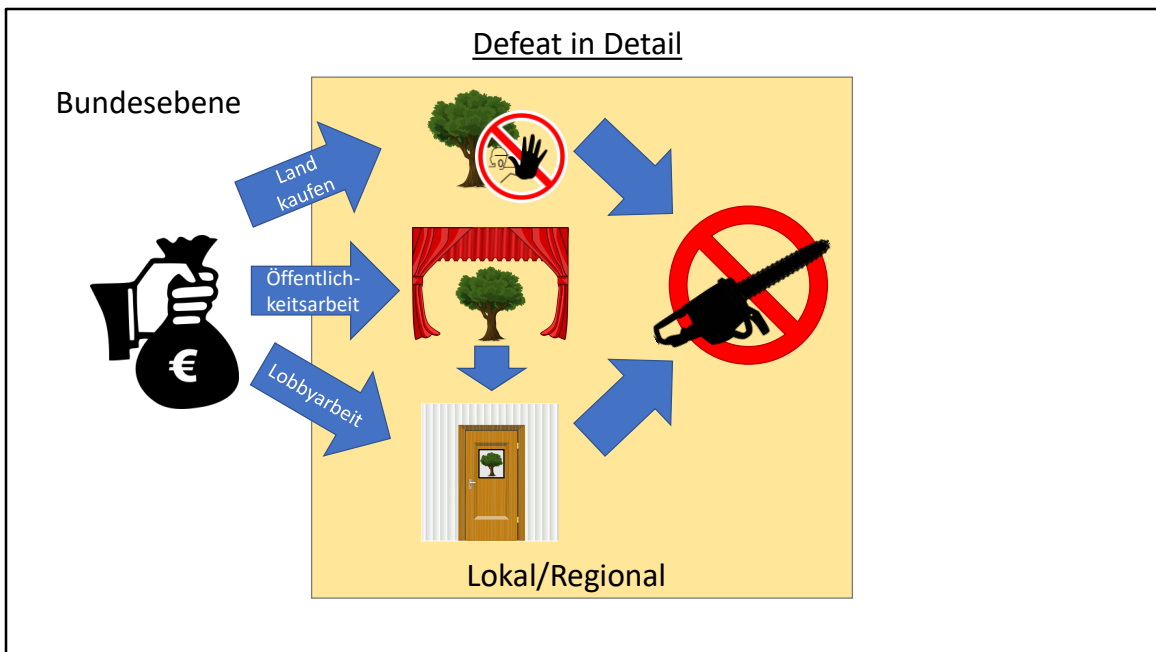
Unsere Gegner haben also genau dasselbe Problem wie wir. Aber wie gehen die Umweltschutzorganisationen damit um?



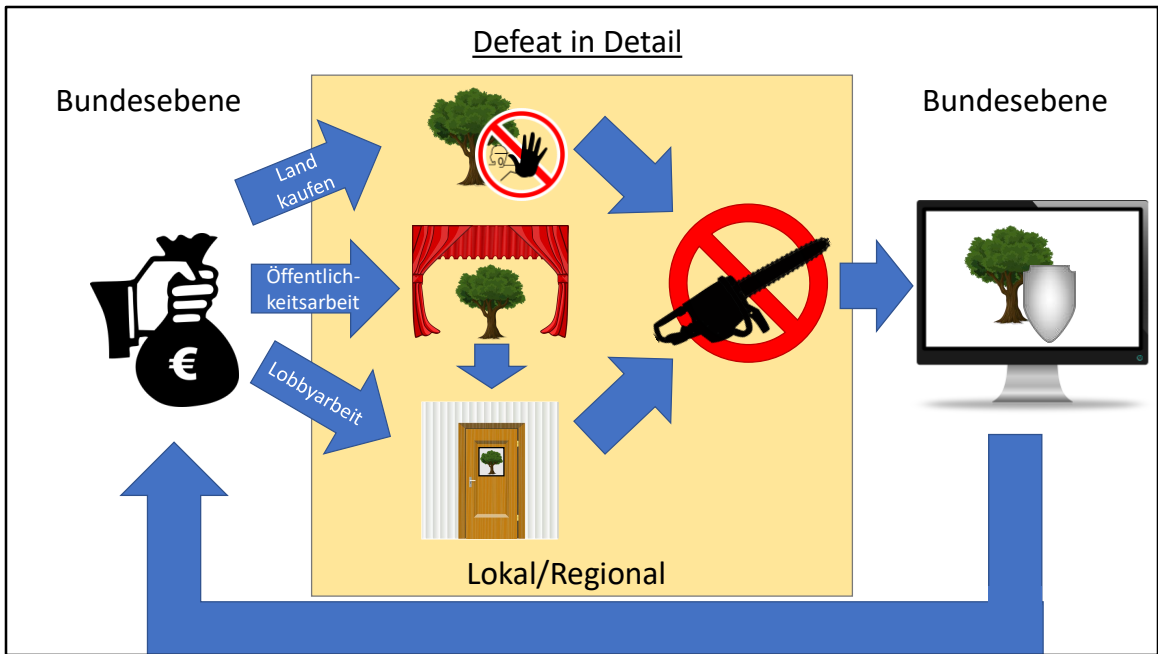
Sie schaffen es offensichtlich, ihre kommunikativen Mittel so zu investieren, dass uns die Forstwirtschaft gesetzlich schwermacht wird.



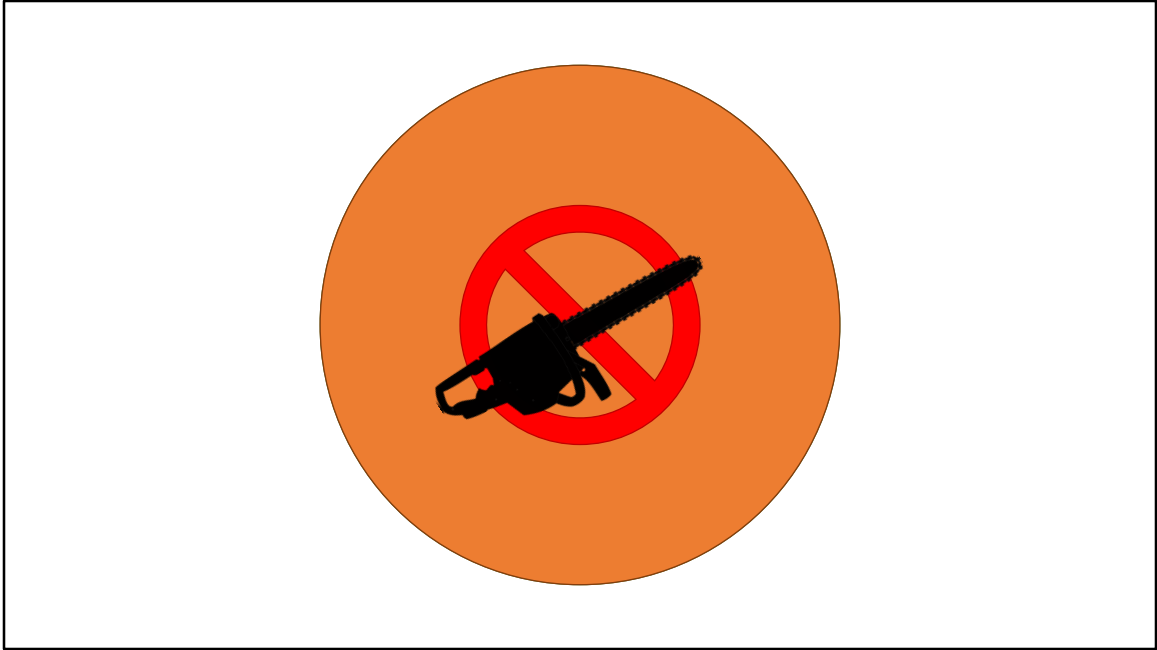
Dazu nutzen sie aber wie gesagt mangels Prominenz des Themas, mangels Potential für Demonstrationen etc., aber nicht die öffentliche Bühne, sondern direkt die politische. Sie betreiben klassischen Lobbyismus und nutzen ihre Beziehungen zu gewissen Parteien und den Umweltministerien. Das gilt für Landes- und Bundesebene.



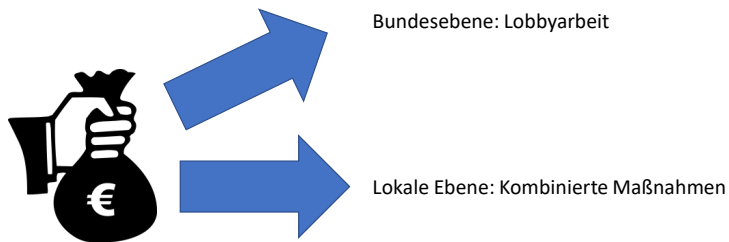
Auf der lokalen Ebene kommt dann doch Öffentlichkeitsarbeit hinzu, wenn beispielsweise ein Nationalpark ausgerufen werden soll. Denn hier besteht ein direkterer Zusammenhang zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Politik. Es ist leichter, eine Thema lokal in die Medien zu bringen als bundesweit, und Lokalpolitiker können von den so beeinflussten Bürgern direkt angesprochen werden. Die hier gefahrene Strategie kann man "Defeat in Detail" nennen. Die Naturschutzverbände nutzen ihre bundesweiten Töpfe und Mitarbeiter, um die lokalen Waldbesitzer zu überrumpeln und Flächenstillegungen durchzusetzen.



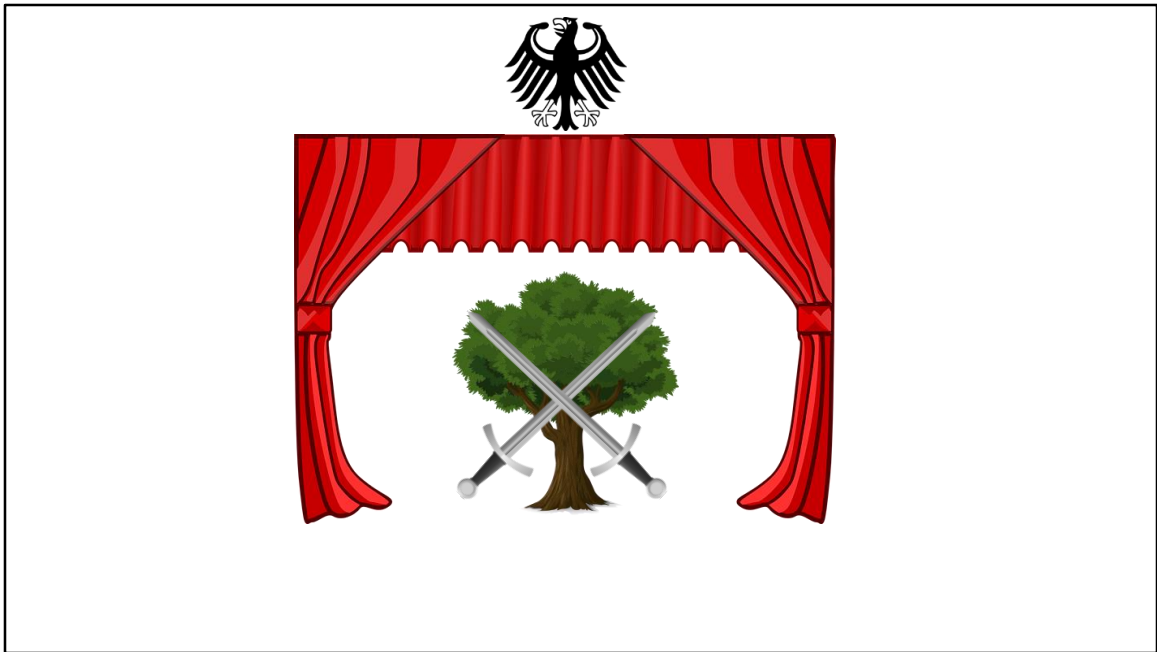
Das wird dann auf Bundesebene medial ausgeschlachtet, was ihnen Spenden einbringt, mit denen sie sich auf die nächste Region stürzen können.



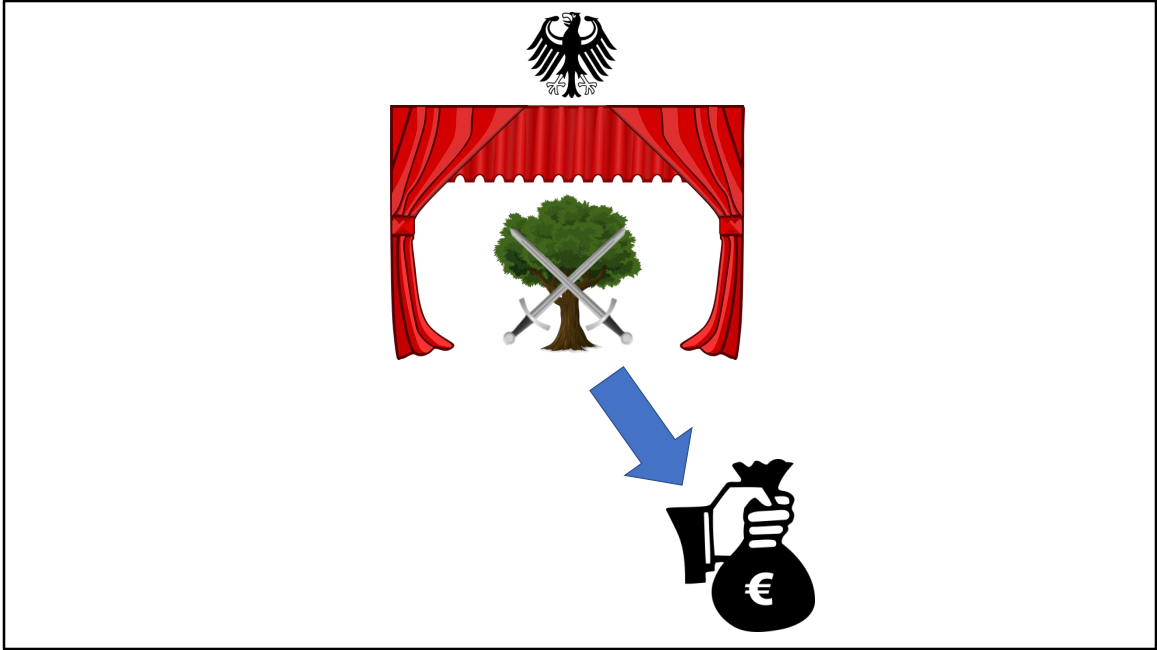
So wird der Anteil an stillgelegten Flächen nicht mit einem bundesweiten, öffentlich diskutierten Gesetz erhöht, sondern nach und nach durch viele Nadelstiche.



Um dieser Strategie der Umweltschutzorganisationen entgegenzuwirken, müssen wir unsere Mittel ähnlich einsetzen. Auf Bundesebene benötigen wir vor allem Lobbyarbeit. Dazu müssen Mitarbeiter und Anlässe bezahlt werden. Auf der lokalen Ebene dagegen dürfen wir die Waldbesitzer, die durch eine Stilllegungsdiskussion bedroht werden, nicht allein lassen, sondern müssen ihnen helfen, kombiniert die lokale Öffentlichkeit und die lokale Politik anzusprechen.



Auf der Bundesebene müssen wir uns in der Medienarbeit zum einen zurückhalten, weil sie so teuer ist und Mittel verschlingt, die im Lobbyismus effektiver eingesetzt wären. Zum anderen versuchen die Umweltschutzorganisationen, ein Feindbild aufzubauen. Gehen wir auf ihre kalkulierten Angriffe ein, gelten wir schnell als die gierigen Ausbeuter des Waldes.

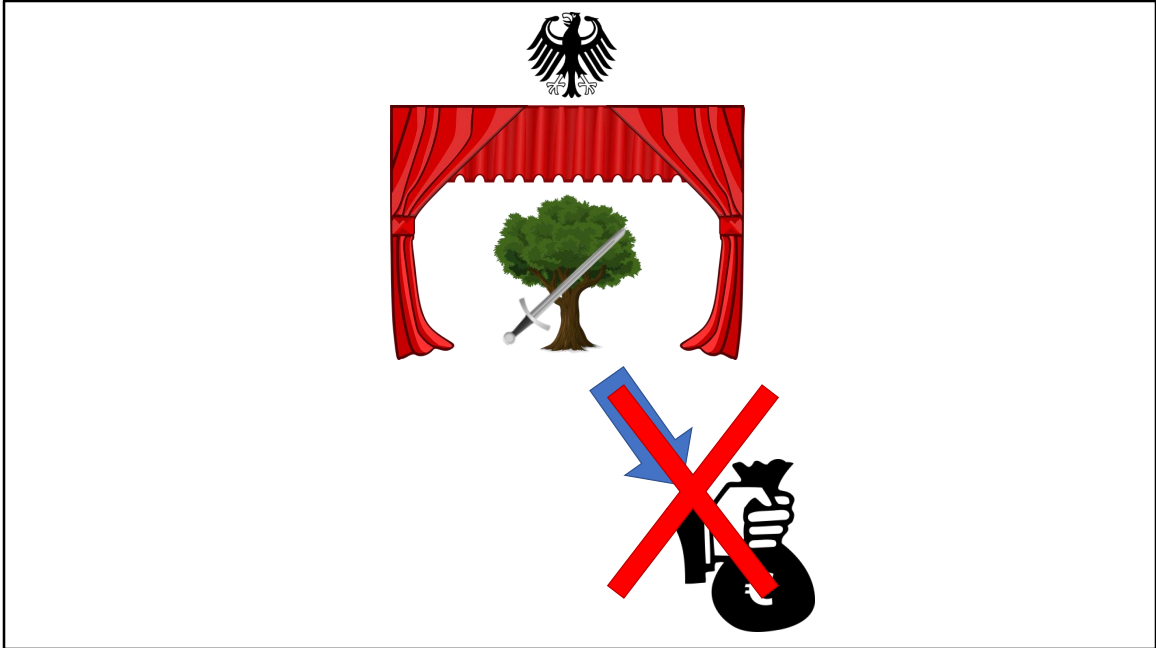


Daraus können sie dann wieder Spendengeld ziehen, um uns weiter zu schaden.

„Siegen wird der, der weiß, wann er
kämpfen muss und wann nicht.“

Sun Tzu, Die Kunst des Krieges, Kapitel III: Das Schwert in der Scheide

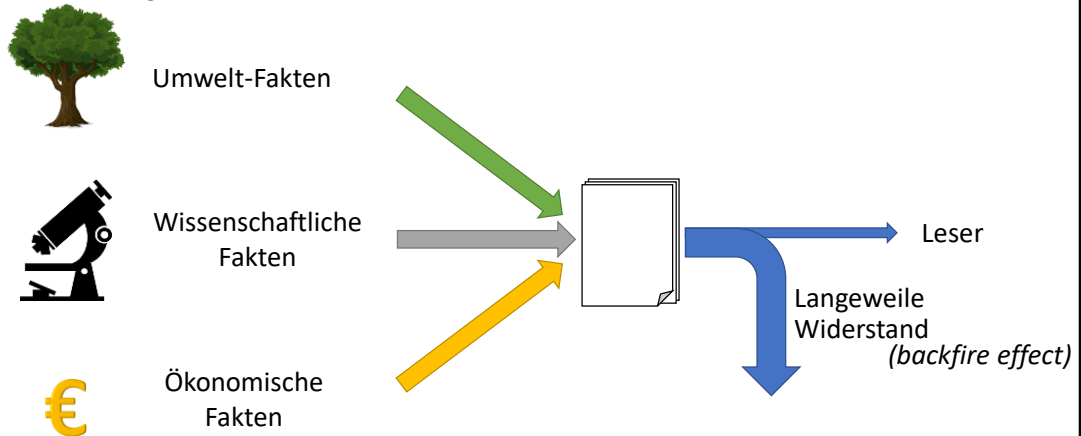
Deswegen sollten wir das hier verinnerlichen. Statt dass wir immer empört auf Diffamierungen reagieren und uns so vor ihnen hertreiben lassen, sollten wir öfter schweigen.



Dann fällt der Kampf aus und entsprechend der Unterhaltungswert. Das öffentliche Interesse wird sinken, entsprechend geht das Spendengeld-Kalkül der Gegner nicht direkt auf. Statt in die Defensive zu gehen, sollten wir selbst bei Gelegenheit offensive eigenes Material publizieren. Dann sind wir im Vorteil und wer uns angreift, gilt schnell als Miesmacher.

zielbewusste Fakten

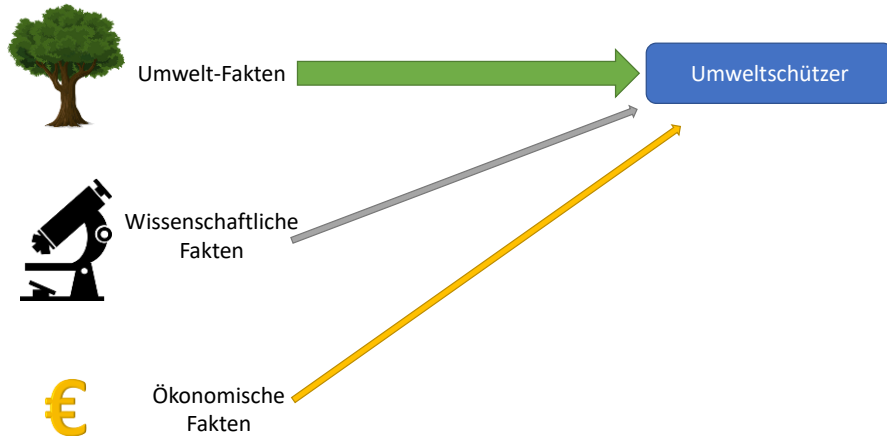
Klassische Vorgehensweise:



31/27

Dabei ist es wichtig, Fakten zielgruppenbewusst einzusetzen. Denn der „falsche“ Fakt zur falschen Zeit kann zur Ablehnung aller gleichzeitig präsentierten Fakten führen. Wenn wir mit einem Umweltschützer sprechen, können wir sehr gut von den Leistungen der Forstwirtschaft für die Artenvielfalt sprechen. Aber sobald wir zur Ergänzung anführen, dass auch Geld damit gemacht wird, ist unsere gesamte vorige Argumentation diskreditiert, da vermutet wird, wir würden die Artenvielfalt nur vorschützen, um unseren Profit zu schützen.

zielbewusste Fakten



32/27

Entsprechend muss man mit nicht-umweltbezogenen Fakten sehr vorsichtig sein, wenn man mit einem Umweltschützerpublikum spricht. Man kann sie aber vorsichtig einpflegen.

Beispiel: Umwelt-Fakt



- Wälder nehmen CO₂ durch Photosynthese auf.
- Sie setzen CO₂ durch Respiration und Zersetzung frei.
- Solange sie wachsen: Netto-Aufnahme.
- Ausgewachsener Wald: Bilanz wird neutral.

Lösung:

Holznutzung zum Bauen etc.

33/27

Jetzt ein paar Beispielfakten aus meinem Buch, die wir effektiv und offensive kommunizieren sollten.

zielbewusste Fakten



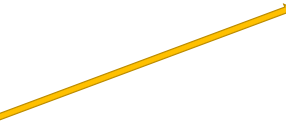
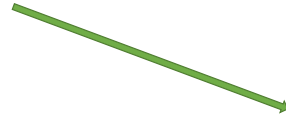
Umwelt-
Fakten



Wissenschaftliche
Fakten



Ökonomische
Fakten



Wissenschafts-
interessierter

34/27

Für wissenschaftsinteressierte Menschen ist zum Beispiel die Frage nach der Wahrnehmung von Bäumen interessant.

Beispiel: Wissenschaftlicher Fakt

Wohlleben: Bäume können hören

“Argument“: Maiskeimlinge zeigen eine sehr spezifische Reaktion auf eine bestimmte Frequenz.

chemische Signalgebung, Genregulation

Vergleich zu unserem Hören:



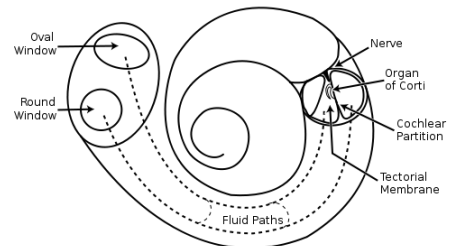
Dynamische, anpassungsfähige Reaktionen, Einbeziehung von Frequenzen, Abfolgen, Erinnerung...

Neuronale Signalgebung, Lernen

Möglich durch spezielle Struktur: Die Cochlea.

Kein Analogon in Bäumen.

Lösung: Es einfach nicht „Hören“ nennen!



35/27

Die Cochlea zerlegt den Schall in Frequenzen. Ein Analogon in Bäumen existiert nicht und kann uns auch nicht bisher entgangen sein. So klein kann es nicht sein, denn es müsste eine gewisse Größe haben, um Resonanzraum zu bieten.

zielbewusste Fakten



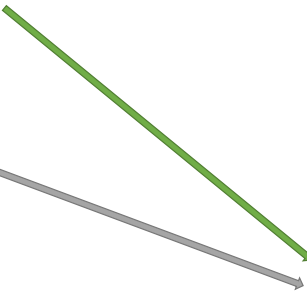
Umwelt-Fakten



Wissenschaftliche
Fakten



Ökonomische
Fakten



Wirtschaftsinteressierter

36/27

Für Wirtschaftsinteressierte ist besonders interessant, das Holz nachwachsend ist und entsprechend zukunftsträchtig.

Beispiel: Ökonomischer Fakt

Wohlleben: Möchte weniger Bäume gefällt sehen, schlägt aber keine Substitution vor

Gesetze des Marktes: Weniger Produktion → Mehr Nachfrage nach importiertem Holz und Ersatzstoffen



- Wirtschaftliche Schwächung
- Importiertes Holz kann illegal gefällt sein
- Wahrscheinlichster Ersatzstoff: Kunststoffe auf Erdölbasis

Lösung: Weiter heimisches Holz nutzen!



Für mehr Fakten möchte ich gerne auf mein Buch verweisen. Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!