



Klare Botschaften beim Waldfest in Lüneburg

Das Waldfest am 28. Mai in Lüneburg, das den Höhepunkt der diesjährigen Öffentlichkeitsarbeit der Waldmärker markierte, war ein voller Erfolg. „Die vielen Besucher an unseren Ständen haben wieder einmal deutlich gemacht: Der Wald und die nachhaltige Waldbewirtschaftung stoßen auf starkes Interesse“, sagte Dr. Markus Hecker, Geschäftsführer der Waldmärker.

>>> Lesen Sie weiter auf Seite 40.



Prachtvoll: Der neue LKW
im Kampagnendesign.

Glücklich: Maurice Recht
beweist sein Waldwissen.

Eindeutig: Waldwirtschaft
sorgt für gutes Klima.



Fotos: C. Heyn

Die Branche Forst und Holz klagt über zunehmende Beschränkungen von Seiten des Naturschutzes, fühlt sich nicht verstanden, trauert den Zeiten des Holzabsatzfonds (HAF) hinterher. Ja, der HAF hat viel Gutes bewirkt, aber seinerzeit auch einiges vergessen. So war Holz sexy und ein toller Rohstoff, doch Produzenten und Verarbeiter fielen in der Wahrnehmung der Kampagne heraus.

„300 Jahre Nachhaltigkeit“ als nächster Ansatz – komplex, viel kopiert, doch in der Bevölkerung nicht wirklich angekommen. Aus dieser Erfahrung heraus hatte sich der Initiativkreis Forstwirtschaftlicher Zusammenschlüsse an die AGDW mit dem Auftrag gewandt, ein Design für eine Kampagne entwickeln zu lassen, welche aus zentralen, überregionalen Botschaften einerseits und Aktivitäten in den Regionen andererseits besteht. „Wald – natürlich nutzen!“ ist als eine wichtige Botschaft daraus entstanden.

Die Waldmärker (FVL Forstwirtschaftliche Vereinigung Lüneburg GmbH aus Uelzen) haben als Erste dieses Kampagnendach genutzt und eine auf zunächst drei Jahre ausgelegte Öffentlichkeitsarbeit beschlossen. „Die Botschaften müssen einfach sein“, so Dr. Markus Hecker, Geschäftsführer der Waldmärker. „Wir müssen die waldferne Bevölkerung erreichen, unsere möglichen Kritiker ansprechen und den Städtern klar machen, dass wir Gutes tun.“ Ein Jahr Entwicklungsarbeit liegt nun hinter den Waldmärkern, denn



Die Vogelhäuschen aus Douglasienholz wurden unter fachkundiger Anleitung (meist im größeren Familienverband) mit Hammer und Nagel gefertigt. Noch zwei Wochen nach der Aktion riefen Waldfestbesucher bei den Waldmärkern an und fragten nach weiteren Bausätzen.

es galt zunächst, das Verständnis für eine große Kampagne in den eigenen Reihen voranzutreiben, Überzeugungsarbeit zu leisten, dass „wir hier vor Ort“ die öffentliche Meinung beeinflussen müssen. Und es mussten finanzielle Mittel bereitgestellt werden, denn eine breit angelegte Kampagne kostet viel Geld. Letztlich wurde von den Vertretern des Waldeigentums beschlossen, diesen Versuch zu starten.

Im Herbst 2016 erging der Auftrag an die Agentur „Berliner Botschaft“, ein Konzept zu erstellen. Es sollte nach den Vorgaben der Waldmärker aus unterschiedlichen Elementen bestehen:

- Ansprache und Motivation der über 2.600 Mitglieder der angeschlossenen Forstbetriebsgemeinschaften
- Schulungsleitfaden für die Multiplikatoren
- nicht-erklärende Vorfeld-Kommunikation, um als Akteur im und am Wald aufzutauchen
- Dialog mit der Bevölkerung in einer „Guerilla-Taktik“
- gezielte Ansprache der Bevölkerung über Werbemit-

tel und eine Postwurfsendung
 ■ zentrales Waldfest in der Innenstadt von Lüneburg als Kampagnenhöhepunkt
 ■ Elemente der Nachbereitung.

Seit März dieses Jahres wirken die Waldmärker in den Landkreisen Lüneburg, Lüchow-Dannenberg, Uelzen und Ludwigslust-Parchim über Banner, die am Waldrand zu sehen sind, über stille Botschaften an den Bäumen der Stadt Lüneburg oder über Bierdeckel in den Kneipen auf die Bevölkerung ein. Eine Postwurfsendung an alle Haushalte Lüneburgs verwies direkt auf das Waldfest, das am 28. Mai am verkaufsoffenen Sonntag stattfand. „Das Waldfest ist die Plattform für unsere Waldeigentümer, um mit der Bevölkerung ins Gespräch zu kommen“, so Hecker. Viele Waldeigentümer und Vorstände aus den Forstbetriebsgemeinschaften waren am Sonntag vor Ort, um an den zahlreichen Ständen und Mitmach-Aktionen Präsenz zu zeigen. Doch die Waldmärker haben das Waldfest nicht allein bestritten, zahlreiche Partner (siehe links) haben sich eingebracht und die gemeinsame Botschaft verbreitet: CO₂-Bindung geschieht

langfristig nur über den geernteten Baum, der der Holzindustrie zur Verarbeitung zugeführt wird.

Zwei Aktionen fanden besonderes Interesse. Am Stand des Zimmereibetriebs Schenk aus Böddenstedt konnten Vogelhäuschen gezimmert werden. Hierzu stellten die Waldmärker Bausätze aus Douglasienholz zur Verfügung. 170 Vogelhäuschen mit Waldmärker-Signatur fanden einen neuen Besitzer.

Unter dem großen Sternzelt stand eine Rudermaschine, auf der Groß und Klein CO₂ „wegrudern“ konnten. Mit mehreren Ruderzügen entstand auf einem Monitor ein Baum, und die Summe der erruderten Bäume (insgesamt 525 Stück) bildet den Grundstock unseres ersten Klimaschutzwaldes. Die Teilnehmer der Ruderaktion – etwa 180 – wollten zur Pflanzaktion im Frühjahr 2018 eingeladen werden und hinterließen ihre Kontaktdaten. Auf diese Weise lässt sich diese Zielgruppe auch zukünftig mit Informationen versorgen.

Nachbereitet wird das Waldfest aber nicht nur durch die Pflanzaktion. Die Kampagne findet ihre Fortsetzung in einer Radtour im Herbst. Dann werden Interessierte in den Wald geführt, um Holzernste mit dem Waldmärker-eigenen Harvester hautnah zu erleben.

Nachahmung erwünscht

Die Waldmärker fordern andere Forstwirtschaftliche Zusammenschlüsse oder größere Waldbesitzer ausdrücklich auf, das Konzept der diesjährigen Kampagne zu übernehmen und selbst aktiv zu werden. Nur wenn WIR flüchtig in den Fokus der Öffentlichkeit treten, können wir Meinung bilden, die für unsere weitere Arbeit existenziell ist. Die AGDW wird hierbei auf Wunsch unterstützend tätig, und die Waldmärker verleihen zahlreiche Materialien, wie Sternzelt, Beachflags, Ausstellungstafeln etc., gerne an Dritte. Auf all diesen Materialien ist lediglich das Kampagnenlogo „Wald – natürlich nutzen“ zu sehen. ☐

Fotos: C. Heyn

Die Partner

- Schenk GmbH und Deutscher Holzwirtschaftsrat
- Landwirtschaftskammer Niedersachsen
- Schutzgemeinschaft Deutscher Wald
- PEFC Deutschland e. V.
- Sägewerk „HMS Hagenow“
- Verband Deutscher Forstbauschulen e. V.
- Lüneplatt e. V.
- Museum Lüneburg

Interview mit Markus Hecker

DW: Was war Ihre Intention des Waldfestes Ende Mai in Lüneburg?

Hecker: Wir haben uns bewusst die Stadt Lüneburg ausgesucht, weil wir mit der waldfernen Bevölkerung ins Gespräch kommen wollten. Lüneburg ist Universitätsstadt, dort leben zudem viele Menschen, die in Hamburg arbeiten. Der Bezug zu Wald und Natur ist anders als der z. B. in Uelzen. Auf der anderen Seite haben wir mit „Klimaschutz durch Forstwirtschaft“ ein Thema gewählt, das gerade die Städter interessiert. Über die Medien sind die Klimaschutzkonferenzen von Paris und Marrakesch noch in den Köpfen präsent. Wir wollten den großen Beitrag unserer nachhaltigen Forstwirtschaft zum Klimaschutz deutlich machen. Und die dauerhafte CO₂-Bindung durch die Nutzung des Waldes und die Verarbeitung seiner Produkte – im Gegensatz zur CO₂-Freisetzung durch verrottendes Holz in einem Urwald – herausstellen.

DW: Wie kam das Waldfest bei der Bevölkerung an?

Hecker: Überall dort, wo es um Mitmach-Aktionen ging, war der Andrang sehr groß. Zudem waren die einzelnen Botschaften simpel. Ein Beispiel: An einem Stand sollten die Besucher 500 g Holz von einem Stamm absägen – parallel dazu habe ich moderiert, dass diese Holzmenge nötig ist, um den CO₂-Ausstoß von 3 bis 5 km Autofahrt zu kompensieren. Hier gab es große Augen und erstaunte Gesichter.

DW: Vor der Bundestagswahl steht der ländliche Raum bei den Parteien ganz oben auf der Agenda. Welchen Beitrag leisten die Waldmärker zur Belebung des ländlichen Raums?

Hecker: Wir leben und arbeiten in einer sehr strukturschwachen Region. Da sind die über 40 Arbeitsplätze, die die Waldmärker zur Verfügung stellen, schon sehr wichtig. Darüber hinaus sind wir Motor der Holzmobilisierung – soweit mir bekannt ist, haben wir im Norden Niedersachsens einen der im Vergleich zum Zuwachs höchsten Holzeinschläge. Das schafft wertvolle Rohstoffe, Wertschöpfung und Familieneinkommen und unterstützt regionale Wirtschaftskreisläufe. Die gesamte Branche muss nun daran arbeiten, dass diese Leistungen, die auch andernorts erbracht werden, die notwendige Aufmerksamkeit erfahren. Wir können hier nur lokal wirken, jedoch auch Beispiele liefern.

DW: Mit welchen Worten würden Sie einem urbanen Bürger die Stärken der Waldwirtschaft beschreiben?

Hecker: Ich glaube, an dieser Frage scheitern die meisten Versuche zur Öffentlichkeitsarbeit. Es sollte uns Waldeigentümern und Förstern schwerfallen, dem Bürger in wenigen Sätzen die forstliche Welt erklären zu wollen. Denn das Thema ist einfach zu komplex. Aus diesem Grunde haben wir uns in diesem Jahr ein ganz eng gefasstes Thema ausgesucht: den Klimaschutz, die CO₂-Bindung. Daran können wir argumentieren, Beispiele geben, Berührungspunkte aufzeigen, Verständnis wecken. Nur ein gelernter Baum, der nachfolgend verarbeitet und dauerhaft verwendet wird, bindet CO₂. Keep it simple. Und in einer weiteren Aktion würde ich ein neues Thema aufbereiten und wiederum versuchen, klarzumachen, dass die Holzernte als wesentlicher Bestandteil der Forstwirtschaft Gutes tut: Wald – natürlich nutzen! Parallel zu den Hauptbotschaften muss dann auch erwähnt werden, dass wir den Wald im Einklang mit der Natur nutzen – natürlich nutzen.

DW: Gibt es im nächsten Jahr wieder ein Waldfest?

Hecker: Das steht noch nicht fest. Eine Kampagne wie diese kostet viel Geld. Wir haben die Mitglieder informiert und motiviert, als Multiplikatoren zu wirken, haben Leitfäden als Kommunikationshilfe entwickeln lassen, haben seit März stille Botschaften auf Bannern in der Region platziert, wir wirken über Bierdeckel in den Kneipen Lüneburgs, haben eine Postwurfsendung an alle Haushalte der Stadt aufgegeben und in Vorbereitung des Waldfestes die Bäume der Innenstadt sprechen lassen. Und im Herbst soll das Waldfest über eine geführte Radtour zum Harvester nachbereitet werden. In den internen Diskussionen unserer Gremien wird wahrgenommen, dass die Branche allseits beklagt, es gäbe zu wenig (erfolgreiche) Öffentlichkeitsarbeit. Jetzt aber gibt es das Angebot an andere Forstwirtschaftliche Zusammenschlüsse, unser bestehendes und ausgearbeitetes Konzept für ihre eigene Öffentlichkeitsarbeit zu übernehmen und damit kostengünstig wichtige Botschaften zu verbreiten. Wir haben ein großes Event-Zelt, Beachflags, Schautafeln mit gut aufbereiteten Sachinformationen und ein fertiges Konzept, das wir gerne an Dritte weitergeben. Unsere Gremien werden im Herbst zu einer Evaluierung zusammenkommen und dann über einen möglichen Auftritt in 2018 beraten. Vom eher allgemeinen Thema Klimaschutz kommend, könnten wir dann den Bereich „Wirtschaft“ in den Fokus nehmen: Rohstoffe, Arbeitsplätze, Wertschöpfung, Familieneinkommen. Aber das muss erst noch beschlossen werden.

DW: Bei den zahlreichen Aktivitäten im Vorfeld und während des Waldfestes: Haben die Waldmärker dieses Projekt alleine gestemmt?

Hecker: Das Waldfest am 28. Mai war tatsächlich die Plattform für unsere Waldeigentümer. Diese



Foto: Rainer Soppa

Dr. Markus Hecker

mussten sie nutzen, um mit den Bürgern ins Gespräch zu kommen. Daher war auch niemand aus dem Büro eingebunden, um den Tag an deren Stelle zu gestalten. Und das hat hervorragend geklappt! Aber in der Vorbereitung unserer Aktionen haben wir eine Vielzahl helfender Köpfe und Hände in Anspruch genommen. Die Ideen für die Bausteine unserer Kampagne wurden nach unseren Vorgaben von einer Agentur entwickelt und umgesetzt – 2016 hat eine Arbeitsgruppe aus den Reihen unserer Mitglieder festgelegt, welche Botschaften wir vermitteln wollen und welche Elemente der Umsetzung es geben sollte. Und das Eventmanagement wurde von der Vielfalt Wald GmbH, einer Tochtergesellschaft der AGDW – Die Waldeigentümer, übernommen. Solch ein Projekt lässt sich ehrlicherweise nicht neben dem Tagesgeschäft abwickeln. Das Waldfest selbst fand zudem viele interessierte Mitstreiter: Vom Verband der Forstbaumschulen über die Landwirtschaftskammer Niedersachsen, das Sägewerk HMS und den Zimmereibetrieb Schenk war die gesamte Breite der Verarbeitungskette mit eigenen Ständen vertreten, ergänzt durch die Schutzgemeinschaft Deutscher Wald, PEFC und das Museum Lüneburg, das die Bedeutung von Holz beim Bau der Stadt verdeutlichte. Wir sind froh, mit einer solch engagierten Mannschaft vor Ort gewesen zu sein.