

Forstleute zeigt uns den Wald	1	Arbeitswoche «Bildungswerkstatt Bergwald»	5
Editorial	2	Die Bevölkerung besser Informieren Hinweise	6 6
Wir dürfen uns nicht auf den Lorbeeren ausruhen	4	CODOC Aktuell	7
		Försterschüler werben für den Wald	8

## FORSTLEUTE, ZEIGT UNS DEN WALD!

*Noch nie gab es so viele Informationen über den Wald. Noch nie konnte man sie so einfach abrufen. Und noch nie gab es so viele Initiativen, wie zum Beispiel Waldschulen, die den Menschen den Wald näher bringen wollen. Trotzdem scheint die Bevölkerung nicht genug über den Wald und die Waldbewirtschaftung zu wissen. Was sind die Gründe dafür? Diese Thematik beschäftigte im vergangenen Oktober über 100 Forst-, Bildungs- und Kommunikationsfachleute aus 21 Ländern. Sie diskutierten, wie man die Bevölkerung mit Waldthemen noch besser erreichen könnte.*

«Forestry meets the public» lautete der Titel der internationalen Tagung, die das Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft (BUWAL) gemeinsam mit dem «Joint Committee» durchführte. Als Veranstalter der Tagung hatte **Werner Schärer**, Eidgenössischer Forstdirektor im BUWAL, hohe Erwartungen an die internationalen Experten. Sie sollten den Forstleuten und Waldbesitzern in der Schweiz neue Wege in der Kommunikation mit der Bevölkerung aufzeigen. «Viele Forstleute machen noch immer zu wenig Öffentlichkeitsarbeit, sie sind zu zurückhaltend», sagt Schärer. Das Informationsbedürfnis der Menschen ist so gross, dass es kaum mit den bislang zur Verfügung stehenden personellen und finanziellen Ressourcen befriedigt werden kann. Deswegen setzt Schärer auch auf eine intensivere Zusammenarbeit mit Organisationen aus Umweltbildung und Forschung.







EDITORIAL

## Positive Botschaften über den Wald vermitteln

**Meine Aufträge haben viel damit zu tun, wie Menschen über Waldfragen kommunizieren. Das sind häufig jene Akteure, die Einfluss auf die forstliche Öffentlichkeitsarbeit haben: Forstdienste, Waldeigentümer, Leute aus Bildung, Lehre, Forschung, Wirtschaft, Kommunikation und Politik. Meine Mitarbeit im Organisationskomitee des internationalen Seminars «Forestry meets the public» eröffnete mir dazu neue Einsichten.**

Das Seminar war ein Meilenstein für die forstliche Öffentlichkeitsarbeit. Die Aussage in der Ankündigung belegt es: «Die Beziehung zwischen Waldwirtschaft und Öffentlichkeit wird im nächsten Jahrzehnt zu einer der grössten Herausforderungen für die Europäische Waldwirtschaft werden.» Die Herausforderung ist auch eine Chance. Ich bin überzeugt, dass Öffentlichkeitsarbeit für den Wald immer wichtiger und nötiger wird. Dabei müssen wir vor allem für positive Botschaften besorgt sein – um die wir nicht verlegen sein sollten – und einen Kontrapunkt zu den normalerweise negativen Schlagzeilen in den Medien setzen.

### Voraussetzungen für eine erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit, die im obigen Seminar formuliert wurden, sind:

- Forstleute haben fundierte Kenntnisse zu Waldthemen, sie müssen vermehrt mit Fachleuten der Kommunikation und Marketing zusammenarbeiten
- Es müssen neue Instrumente, z.B. die Umweltbildung, eingesetzt werden.
- PR muss professionell gemacht werden
- Die Bedürfnisse der Öffentlichkeit müssen genauer gekannt werden: zuhören gehört auch zur Kommunikation!



### Es sollen vielfältige Formen der Öffentlichkeitsarbeit für den Wald angewandt werden. Alle erzielen eine bestimmte Breitenwirkung:

- Die klassische Medienarbeit
- Das Internet
- Veranstaltungen wie das Seminar «Forestry meets the public», die Forstmesse im letzten Jahr mit der Sonderschau «Wald Zukunft» oder der «Internationale Tag des Waldes».
- Die Umweltbildung mit Aktionen wie der Kampagne «Förster zeig uns den Wald», welche SILVIVA, der WVS und die WSL dieses Jahr lancieren. Forstleute sollen sich dabei waldpädagogisch weiterbilden, um erfolgreiche Führungen mit Schulklassen durchzuführen.
- Die Absicht der WSL, Forschungsergebnisse mit Hilfe der Umweltbildung an Schulen und die breite Bevölkerung zu vermitteln.
- Vorhaben wie der Bildungswerkstatt Bergwald, die eine breite Wirkung auf Schulen, Firmen, Familien und die Bergbevölkerung hat.
- Lernpfade

### Unkonventionellere Lösungen sind auch

- Events und Kurse für Mitarbeitende aus Wirtschaft, Dienstleistung und Verwaltung.
- Der medienwirksame Schweizer Frauenlauf in Bern, der dieses Jahr SILVIVA unterstützt und breit angekündigte Veranstaltungen im Wald ermöglicht.
- Die Verleihung des Binding Preises für vorbildliche Waldpflege.

Dass Öffentlichkeitsarbeit für den Wald immer wichtiger wird, hat auch der Eidg. Forstdirektor in seinem Schlusswort am Seminar «Forestry meets the public» betont und gefordert, dass das forstliche Berufsbild dahingehend angepasst werden muss: Öffentlichkeitsarbeit gehört zu den Kernaufgaben der Forstdienste. Und: «Zweckmässige umwelterzieherische Massnahmen, Öffentlichkeitsarbeit und Transparenz werden als zentrale Elemente einer Strategie erkannt, die eine positive Beziehung und Partnerschaft zwischen Waldwirtschaft und Öffentlichkeit gedeihen lässt», stand in der Ankündigung zu diesem Seminar. Da gibt es nichts mehr beizufügen.

Fredy Nipkow, Leiter der Umweltbildungsorganisation SILVIVA und Inhaber eines Büros für Umweltbildung und forstliche Beratung.







FORTSETZUNG SCHWERPUNKTTHEMA...

## Menschen richtig ansprechen

Auf lokaler und regionaler Ebene haben Forstleute und Waldbesitzer bei ihrer Tätigkeit viele Kontakte mit der Bevölkerung. Dies ist eine optimale Voraussetzung, um regelmässig über den Wald zu informieren. **Dirk Schmechel** von der Forstdirektion Oberbayern-Schwaben betonte, dass sich eine zeitgemässe forstliche Öffentlichkeitsarbeit heute vor allem auf die Lebensbedürfnisse und die Lebensqualität der Kunden ausrichten müsse. Die Menschen wollten vor allem positive Gefühle erleben. Und diese könnten ihnen die Waldfachleute vermitteln, wenn sie positiv über den Wald als vielfältigem Lebensraum berichteten.

Kreisförster **Jürg Trümpler** kam in seinem Forstkreis Werdenberg im St. Galler Rheintal zum Schluss, dass er und sein Försterteam bei ihrer Öffentlichkeitsarbeit nur Teile der Bevölkerung ansprechen. Jugendliche und Wirtschaftskreise erreichten sie fast überhaupt nicht. Mit professionellen Partnern aus den Bereichen Marketing und Umweltbildung bieten sie den Wald heute als Ort gemeinschaftlich erlebter Aktivitäten, Events und Kurse an. Zahlreiche Mitarbeitende von Versicherungen, Verwaltungen, Banken und mittlerer Betriebe kommen jedes Jahr zu ihm, um gemeinsam Bäume zu pflanzen, Holzbänke zu bauen und auf diese Weise wertvolle gruppenspezifische Erfahrungen zu sammeln. So machen die Forstleute gleichzeitig Öffentlichkeitsarbeit und erwirtschaften Nebeneinnahmen.

## Umweltbildung beginnt in der Schule

Neben Forstleuten und Waldbesitzern beteiligen sich zunehmend auch Organisationen aus dem Bereich der Umweltbildung daran, die Bevölkerung für den Wald zu sensibilisieren. Das Angebot an Kursen, Exkursionen und Ausbildungen hat in den letzten 20 Jahren stark zugenommen. Dabei werden immer mehr Aktivitäten für Schüler und Jugendliche angeboten. Es bewähren sich vor allem Aktionen, bei denen junge Menschen mit ihren Händen eigenverantwortlich arbeiten, wie **Jan Eriksen**, der Leiter des in elf europäischen Ländern tätigen Programmes «Learning about Forests» betonte. Dieses entstand in den skandinavischen Ländern und hatte nach der Neuausrichtung der nordischen Forstwirtschaft, welche die Biodiversität neben der Holzproduktion als gleichwer-

tiges Betriebsziel anpeilt, grossen Erfolg.

Auch in der Schweiz gibt es immer mehr wald- und naturpädagogische Bildungsangebote. Viele dieser Angebote erfüllen höchste Bildungsstandards, müssen sich aber selber finanzieren. Menschen, die frühzeitig in der Natur «Schauen, Schätzen und Schützen», wie es **Regula Kyburz-Graber** von der Universität Zürich formulierte, machen wichtige Erfahrungen, die sie für ihr späteres umweltbewusstes Handeln benötigten. «Die öffentliche Hand muss sich stärker in der Umweltbildung engagieren», forderte **Fredy Nipkow**, Geschäftsführer der Stiftung SILVIVA für Umweltbildung im Wald.

## Mit PR-Profis zusammenarbeiten

Die Tagung zeigte deutlich, dass Waldwissen heute gut aufbereitet und professionell vermittelt werden muss. Deswegen bietet es sich an, dass Forstleute mindestens bei grösseren Anlässen vermehrt mit Umweltbildungs- und Kommunikationsspezialisten zusammenarbeiten. Andererseits könnten sie selber gut in der schulischen Ausbildung über Waldthemen mitwirken. Diese Aufgabe ist sehr wichtig, denn die heutigen Schülerinnen und Schüler werden die Umwelt der Zukunft massgeblich mitgestalten; darüber hinaus sind sie auch die Zeitungsleser, Entscheidungsträger und Stimmberechtigten von morgen. Da die Schulbildung jedoch kantonal geregelt ist, müssten die obersten Forstbehörden und die Bildungsdirektionen der Kantone das Engagement von Forstleuten in Schulen gemeinsam angehen.

Reinhard Lässig, wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Eidgenössischen Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft WSL in Birmensdorf.

Eine Zusammenfassung der wichtigsten Referate auf Englisch, Französisch oder Russisch ist im Tagungsband publiziert. Zusätzlich erscheint im März ein Bericht mit allen Referaten in der Originalsprache. Bezug der beiden Publikationen:

BUWAL, Eidg. Forstdirektion,  
Martin Büchel, 3003 Bern,





## WIR DÜRFEN UNS NICHT AUF DEN LORBEEREN AUSRUHEN

In der Informationsarbeit sind neue Wege gefragt. Bevor man diese beschreiten kann, muss man jedoch einen Blick auf den Ist-Zustand werfen. Walter Wenger, ehemaliger Leiter einer PR-Agentur und heutiger Kommunikationschef des BUWAL, tat dies an der internationalen Tagung «Forestry meets the public». Er stellte in seinem – hier etwas gekürzten – Referat acht Thesen zur Diskussion, die provozieren und zum Nachdenken anregen. Dabei geht er von der Sichtweise des Waldbesuchers aus.

### These 1: Die Bevölkerung hat eine positive Einstellung zum Wald – obwohl sie ihn nicht kennt!

Diese Aussage ist durch Erhebungen erhärtet. Da stellt sich nun die Frage: Verpasst hier ein ganzer Wirtschaftszweig die offensichtlich notwendige Aufklärungsarbeit? Oder nehmen wir, die Waldbesucherinnen und Waldbesucher, unsere Verantwortung nicht wahr, uns intensiver um Information zu kümmern? Legen wir einmal mehr das gewöhnliche Konsumverhalten an den Tag, welches uns gleichgültig werden lässt für alles, was über das Ökosystem Wald zu wissen wäre?

Aufforderung an die Fachleute: Gehen Sie diesem Phänomen auf den Grund.

### These 2: Der Wald ist für viele Leute immer noch ein Symbol für unberührte – und unberührbare – Natur. Dabei muss dieser aber sauber aufgeräumt sein und gefahrlos begangen werden können.

Wir, das Publikum, projizieren ein Bild wahrer, reiner und heiler Natur auf den Wald. Was uns dabei aber fehlt, ist das Verständnis für Massnahmen, die von den Waldfachleuten zum Schutz des Waldes und auch der Waldbesucher ergriffen werden.

Frage an die Fachleute: Verpassen Sie, Ihre Aufgaben verständlich zu machen?

### These 3: Der Wald ist ein immer zur Verfügung stehender Erholungsraum, der als selbstverständlich hingenommen wird.

Schliesslich bietet der Wald den idealen Raum für unsere Fitness, unsere Erholung und unser Wohlbefinden, und das alles kostenlos. Diesen Luxus lassen wir uns bestimmt nicht mehr nehmen.

Frage an die Fachleute: Wurde in der Vergangenheit eine Dienstleistung – die sonst allgemein üblich von den Konsumenten und Konsumentinnen zu bezahlen ist – allzu grosszügig angeboten und zu wenig vermarktet?

### These 4: Waldbesitzer und die Wald-Fachwelt sind kaum interessiert an Waldbesuchern – sie scheinen ein Störfaktor zu sein.

Da dringen wir, das erholungssuchende Publikum, ungebeten und respektlos in einen – manchmal sogar privaten – Besitz ein. Oft verhalten wir uns dann auch noch falsch und hinterlassen bisweilen unsere Spuren. Und obendrein sind wir den Waldnutzern wie den Waldschützern bei der Arbeit im Wege.

Frage an die Fachleute: Ja – und was erwarten Sie denn eigentlich von uns?

### These 5: Das Ökosystem Wald ist für die meisten Waldbesucher eine Black Box.

Ich knüpfe hier an die erste Aussage an. Der Wald ist für die meisten Leute wie ein Buch mit sieben Siegeln. Der Wald

weckt zwar Aufmerksamkeit und Neugier, aber die Komplexität dieses Ökosystems lässt die Betrachter den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr sehen.

Frage an die Fachleute: Warum nutzt die Fachwelt diesen exemplarischen Lernort nicht vermehrt, um nachhaltige Entwicklung zu erklären?

### These 6: Die wirtschaftliche Bedeutung des Waldes und die notwendigen Eingriffe der Fachwelt werden von der Bevölkerung verkannt.

Wir, das breite Publikum, können Ihre Ziele, Ihre Absichten, Ihre Leistungen und Ihren Nutzen schwer nachvollziehen. Und wir geben dann auch entsprechend unqualifizierte Meinungen und Kommentare ab. Dass Sie ein wohl konzentriertes Werk auf der Basis von jahrhundertalter Erfahrung und ebenso viel Wissen erbringen, wird von uns meist nicht honoriert.

Frage an die Fachleute: Wie viel liegt Ihnen daran, dass Ihre Leistungen in der ganzen Tragweite und Komplexität verstanden und nachvollzogen werden können?

### These 7: Der Wald hat in der jüngeren Vergangenheit mehrheitlich für negative Schlagzeilen gesorgt.

Meinungen und Haltungen basieren heute leider sehr oft auf Schlagzeilen. Hintergründe, Zusammenhänge, vertiefte Argumentationen sind wenig gefragt. Headlines zählen – und die müssen kurz, süffig und sensationell sein. Zeigen Sie mir bitte mal in einer gewöhnlichen Tageszeitung die letzte positive Meldung aus dem Wald. Und stellen Sie diese dann ins Verhältnis zu allen negativen Meldungen, die über diesen Wald vermittelt wurden.

Frage an die Fachleute: Liefert die Fachwelt so wenige positive Fakten – oder hat sie etwa gar keine zu vermitteln?

### These 8: Wert und Preis des Rohstoffes Holz werden wohl allgemein unterschätzt – oder falsch eingeschätzt.

Mal ehrlich: Messen wir vom Publikum dem Rohstoff Holz die Bedeutung zu, die ihm gebührt? «Holz wächst ja einfach so...» ist wohl die vorherrschende Meinung. Dabei müsste dieser einzigartige und derart wertvolle erneuerbare Rohstoff doch gerade in Anbetracht schwindender Ressourcen mehr und auch besser vermarktet werden.

Frage an die Fachleute: Könnten Sie Holz nicht vorteilhafter verkaufen?

Eines müssen Sie sich stets vor Augen halten: Meinung und Haltung eines Publikums müssen in langwierigen Prozessen verändert werden und bleiben stets sehr instabil. Auf den berühmten Lorbeeren lässt sich in diesem Bereich nie ausruhen; denn bereits um das Gewonnene zu halten, braucht es enorm viel Energie!

Walter Wenger, Kommunikationschef BUWAL

ENDA

5. bis 19. April

Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit  
BZW Lyss, Tel. 032 387 49 11

22. und 23. Oktober

Wirkungsvoll Vortragen und Präsentieren  
BZW Maienfeld, Tel. 081 303 41 41

14. November

Spurensuche: Einstieg in die Erlebnispädagogik  
BZW Maienfeld, Tel. 081 303 41 41



## SCHWEISS, MUSKELKATER UND BÄUMIGE AUSSICHTEN

Die «Bildungswerkstatt Bergwald», ein Projekt von Silviva, organisiert ein- und zweiwöchige Arbeitseinsätze für Jugendliche im Gebirgswald. Die Jugendlichen – Oberstufenschüler oder Lehrlinge – können dabei durch praktische Arbeit intensive Natur- und Lebenserfahrungen machen. Die folgende Reportage vermittelt einen Einblick in eine Arbeitswoche mit Lehrlingen.



Es ist Sonntagabend, die Banklehrlinge aus der Ostschweiz kommen in einem Extrabus auf der Engstlenalp an. Sie werden hier eine Arbeitswoche in der abgelegenen Berglandschaft verbringen. Mehrere Räume mit Massnlager dienen als Unterkunft. Es ist wenig Begeisterung spürbar, hier eine Woche lang unter einfachen Verhältnissen zu leben und zu arbeiten. Die ersten Probleme tauchen bei der Ausrüstung auf: nicht alle Lehrlinge haben die vorgeschriebenen Wanderschuhe dabei. Das hat Konsequenzen: sie werden aus Sicherheitsgründen nicht auf allen Arbeitsplätzen arbeiten können. Vorgesehen sind drei Arbeitsplätze: Einer hat die Instandstellung des historischen Wanderweges auf den Joch-Pass zum Ziel. Dieser Weg soll wieder begehbar gemacht werden. Arbeit mit Schaufel und Pickel ist angesagt. Der zweite Arbeitsort ist der Fällplatz. Die mächtigen uralten Arven werden teilweise durch Fichten bedrängt. Einige Fichten sollen deshalb gefällt werden, von Hand notabene. Diese Arbeit kann nur ausgeführt werden, weil Fritz Immer, der Hotelier auf der Engstlenalp, das Holz als Brennholz für das Hotel kauft. Der dritte Arbeitsplatz schliesslich ist etwas weiter entfernt. Oberhalb von Guttannen soll in einer Sturmfläche eine Jungwaldpflege durchgeführt werden. Die jungen Fichten und Lärchen müssen vom Unkraut und von den Birken, die ihnen das Licht wegnehmen, befreit werden. Hier ist der Wert des Bergwaldes, der Guttannen schützt, ganz klar erkennbar.

Am Montagmorgen geht es los. Die Gruppen brechen zu ihren Arbeitsplätzen auf. Man sieht es bald, die Handarbeit ist für die Jugendlichen ungewohnt und stellt für sie eine Herausforderung dar. Einige nehmen sie mit Eifer an, andere wirken eher missmutig. Die Jugendlichen arbeiten in Gruppen. Sie werden von ausgebildeten Leitern betreut – meistens Förster und Forstingenieure, die in speziellen Kursen auf diese Aufgabe vorbereitet wurden. Die Jungwaldpflege ist nicht sehr beliebt, es ist regnerisch, der Hang ist steil, und man wird auch von Mücken belästigt. Bald treten erste Ermüdungserscheinungen auf.

Anders ist es auf dem Fällplatz. Das Baumfällen übt eine grosse Faszination auf die jungen Männer und Frauen aus. Die Jugendlichen werden sorgfältig in die Handhabung der Werkzeuge eingeführt. Das beginnt damit, dass die Führung der Axt geübt wird. Gemeinsam wird dann ein Baum zu Demonstrationszwecken gefällt. Später können die Jugendlichen in kleinen Gruppen «ihren Baum» fällen. Damit aber nicht genug. Nach dem Fällen müssen die Bäume mit der Axt entastet und auf den Weg hinab gereistet werden. Das ist anstrengend und kräfteraubend. Der Eifer der Jugendlichen ist deutlich sichtbar. Gemeinsam und unter grösstem Kräfteaufwand zerrren sie die Holzstämme den Hang hinab. Man kann ohne weiteres von einer gruppenspezifischen Übung sprechen, denn es geht nur, wenn alle mitanpacken.

Über Müdigkeit können sich die Jugendlichen am Abend nicht beklagen, jedoch über die Duschen, die nicht wie zuhause beliebig viel heisses Wasser ausspucken. Die körperliche Anstrengung führt auch dazu, dass die Küchenarbeit – eine Gruppe kocht jeweils das Abendessen – plötzlich sehr beliebt wird.

Die Woche vergeht schnell, schon bald naht der Freitag, der letzte Arbeitstag. Am Morgen werden noch die letzten Arbeiten ausgeführt, dann muss das Werkzeug gepflegt und gereinigt werden. Das Regenwetter behindert diese Arbeit, aber schliesslich sind alle Werkzeuge im Werkzeugwagen verstaut. Die Erleichterung ist den Jugendlichen aufs Gesicht geschrieben. Sie freuen sich auf das wohlverdiente Wochenende in der Stadt. Eines ist sicher, diese Woche wird den Jugendlichen unvergesslich bleiben. Es ist eine einmalige Erfahrung in und mit der Natur, die sie wohl freiwillig kaum gesucht hätten. Wer weiss, welche Wirkung diese Erfahrung auf Ihr Leben haben wird.

Weitere Informationen: Bildungswerkstatt Bergwald, Embergrein 26, 3612 Steffisburg, Tel. 033 438 88 38, E-Mail: bw@bergwald.ch



### ECHO

Gefällt Ihnen unser Bulletin? Haben Sie Anregungen oder Informationen, die für die forstliche Bildung von Bedeutung sind? Wir freuen uns über Ihre Rückmeldungen und Anregungen an: CODOC Redaktion «amPuls», Rolf Dürig, Postfach 339, 3250 Lyss, Tel. 032 386 12 45, Fax 032 386 12

Die nächste Nummer von «amPuls» erscheint Ende August. Redaktionsschluss: 5. Juli 2002.

### Impressum

Herausgeberin: CODOC  
Koordinations- und Dokumentationsstelle für das forstliche Bildungswesen  
Hardernstrasse 20, PF/CP 339, CH-3250 Lyss  
Tel. 032 386 12 45 Fax 032 386 12 46  
E-Mail admin@codoc.ch,  
Internet: <http://www.codoc.ch>

Redaktion: Rolf Dürig  
Gestaltung: Anex & Roth Visuelle Gestaltung, Basel



## DIE BEVÖLKERUNG BESSER ÜBER DIE WALDWIRTSCHAFT INFORMIEREN

Der Stellenwert der Öffentlichkeitsarbeit hat in den letzten Jahren auch im Wald deutlich zugenommen. «amPuls» wollte wissen, wo heute die «Informationsdefizite» liegen und wie sie behoben werden. Wir befragten drei Forstleute in unterschiedlichen Funktionen und einen PR-Fachmann.

Die Interviewpartner waren:

- **Dirk Schmechel, Forstrat und Pressesprecher**  
in der Forstdirektion Oberbayern-Schwaben, Augsburg
- **Ueli Meier, Kantonsforstingenieur beider Basel, Liestal**
- **Ruedi Harisberger, Förster und Betriebsleiter der Forst-**  
verwaltung Brugg
- **Marcel Güntensperger, Leiter Bereich PR des Waldwirt-**  
schaftverbandes Schweiz

*amPuls: Was war in den letzten Jahren nach Ihrer Meinung die beste PR-Aktion für den Wald?*

**Dirk Schmechel:** In Bayern war es die Kampagne «Holz aus Bayern, bauen wir darauf». Sie hat intensiv für die nachhaltige Nutzung des Waldes und für die Holzverwendung geworben. Da haben wir sehr viel erreicht, es wurden zum Beispiel vermehrt Holzhäuser gebaut. Die Aktion wurde von einer Werbeagentur professionell durchgeführt.

Eine zweite wichtige Schiene ist die Waldpädagogik. Wir haben unsere Leute seit 1993 in Waldpädagogik geschult. Die Anzahl der Waldführungen mit Schulklassen hat sich seither vervierfacht, auch die Lehrerfortbildungen haben zugenommen. Es gibt ein steigendes Interesse an dieser Art von Informationsvermittlung. Es war auch wichtig, dass die Forstwirtschaft dieses Feld selbst besetzte.

**Ueli Meier:** Gesamtschweizerisch kam der internationale Tag des Waldes sehr gut an. Dieser führte zu guter Öffentlichkeitsarbeit im ganzen Umfeld. Regional hatten die «Waldtage» des Försterverbandes bei der Bevölkerung ein sehr gutes Echo. Entscheidend war dabei, dass man zu den Leuten ging und nicht auf sie wartete. In den Medien waren wir mit der Aktion «500 Jahre Eichen» sehr erfolgreich. Typisch für all diese Beispiele ist die Tatsache, dass der Wald immer im Zusammenhang mit andern Themen dargestellt wird.

**Ruedi Harisberger:** Wir waren mit unserem Betrieb bisher zweimal an der Expo, einer Gewerbeausstellung in Brugg, und hatten ein sehr gutes Echo. Wir haben da zum Beispiel die ganze Brennholzkette gezeigt. Wir produzierten auch einen eigenen Film über unseren Betrieb, mit dem wir uns vorstellten. Im Kanton war das Naturschutzprogramm Wald mit dem Programm «Umsetzung Naturschutz im Wald» eine sehr gute PR-Aktion.

**Marcel Güntensperger:** Nach unserer Ansicht war es «Lothar». Er hat viele Leute wach gerüttelt und ihnen gezeigt, dass jemand den Wald pflegt und betreut.

Eine gute PR-Aktion ist auch der internationale Tag des Waldes mit seinen vielen Veranstaltungen. Schliesslich möchte ich unsere Auszeichnung der «Schlaue Fuchs» erwähnen, die uns immer ein gutes Medienecho bringt – im Jahr 2001 insbesondere im Tessin. Es ist eine Auszeichnung für innovative und kreative Köpfe in der Forstwirtschaft.

*amPuls: Ist die Öffentlichkeit zu wenig über den Wald und die Forstwirtschaft informiert?*

**Dirk Schmechel:** Was Wald und Holz betrifft eigentlich nicht. Da gibt es viele Informationen, man kann natürlich noch mehr machen. Schwierigkeiten haben wir dagegen mit der Forstwirtschaft selbst. Dass der Wald genutzt wird, dass der Besitzer auch ein legitimes Recht hat, Bäume umzusägen, darüber weiss die Öffentlichkeit zu wenig.

**Ueli Meier:** Ja, die Forstwirtschaft und auch die Holzwirtschaft sollten endlich aus der Einsiedelei herauskommen. Wir sollten darüber sprechen, was der Wald ist, was er kann und auch, was er nicht kann. Dazu gehört, sich selbst darzustellen, Stärken zu preisen und vielleicht auch Schwächen zuzugeben. Dabei sollten wir uns unserer Rolle bewusst sein. Der Waldeigentümer muss beispielsweise nicht über Ökologie sprechen, sondern über Holznutzung. Der Kanton dagegen sollte die Gesamtleistungen des Waldes in den Vordergrund stellen.

**Ruedi Harisberger:** Ich glaube nicht, dass die Öffentlichkeit zu wenig informiert ist. Man liest und hört allgemein sehr viel über den Wald. Wir sind da als Förster und Betriebsleiter sehr gefordert und müssen dafür sorgen, dass die Leute informiert sind.

**Marcel Güntensperger:** Selbstverständlich. Ich kenne keine Branche, die behaupten würde, dass die Öffentlichkeit genügend informiert ist. Man muss die Öffentlichkeit besser über die Zusammenhänge zwischen Ökologie, Ökonomie und gesellschaftlichen Ansprüchen informieren. Man vergisst gerne, dass die echte Nachhaltigkeit wirtschaftlichen Erfolg einschliesst.

*amPuls: Wo sehen Sie die grössten «Informationsdefizite»?*

**Dirk Schmechel:** Sie betreffen wie erwähnt die Forstwirtschaft, aber auch die Bedeutung eines stabilen naturnahen Waldes für den einzelnen Menschen. Was bedeutet es für mich als Bürger, dass der Förster draussen wirtschaftet?



### «Naturerlebnis-Koffer Wald»

Dieser Holzkoffer enthält neben praktischen Arbeitsmaterialien wie Lupen und Augenbinden zahlreiche Arbeitsvorschläge und Spielideen. Informationen und Bezug: Carabus, Naturschutzbüro, Brambergstr. 3b, 6004 Luzern, Tel. 041 410 20 63, Mail: [contact@carabus.ch](mailto:contact@carabus.ch)



### Naturtafeln, Naturpfadeinrichtungen

naturpädagogische Arbeitsmaterialien sind erhältlich bei: Carabus, Naturschutzbüro, Brambergstr. 3b, 6004 Luzern, Tel. 041 410 20 63, Internet: [www.naturerlebnispfad.ch](http://www.naturerlebnispfad.ch)

### «Holzi»

die Holzlernkiste nicht nur fürs Klassenzimmer. Dieses Lehrmittel will zum spielerischen Entdecken des Holzes anregen. Die Holzlernkiste enthält Holzmuster, Gegenstände, Bilder und Anleitungen. Informationen: Josef Birrer, Loch, 9492 Wila, Tel. 052 385 45 60.

### «Specht»

Lawinenschutz Dreibeinbock und das Jahr der Berge sind Themen von «Specht», der Informations-Zeitung des Bergwaldprojektes. Sie ist zusammen mit dem Jahresprogramm 2002, das 57 Arbeitseinsätze im Bergwald umfasst, erschienen. Bezug: Bergwaldprojekt, Hauptstr. 24, 7014 Trin, Tel. 081 630 41 45, Mail: [info@bergwaldprojekt.ch](mailto:info@bergwaldprojekt.ch)



Darüber machen sich die Leute kaum Gedanken. Sie wissen auch zu wenig darüber, dass wir mit der Bewirtschaftung die verschiedenen Waldfunktionen unter einen Hut bringen.

**Ueli Meier:** Das grösste Informationsdefizit sehe ich in der Würdigung des Waldes, zum Beispiel des einheimischen Holzes als Rohstoff und Wertstoff. Jedermann weiss heute, dass die Holznutzung im Regenwald schädlich ist. Wir erleben aber, dass man auch die Holznutzung in der Region als schädlich anschaut. Man muss die Leute überzeugen, dass die Holznutzung hier Voraussetzung für viele Dinge ist und dazu beiträgt, den Wald als Kulturgut zu erhalten. Im Bereich Ökologie sollte man weniger über Arten als über Prozess sprechen. Es muss uns gelingen, der Bevölkerung den Wald als ganzes System zu erklären und seine Gesamtleistungen und seine Empfindlichkeit darzustellen.

**Ruedi Harisberger:** Das ist eine schwierige Frage. Ich beobachte oft, dass die Leute nicht wissen, was das Holz wert ist. Sie haben überhaupt keine Vorstellung vom Preis eines Holzstammes. Manchmal sind sie dann erstaunt, wie viel es ist oder wie wenig es ist.

**Marcel Güntensperger:** Viele Leute sehen einen Konflikt zwischen Nutzung und Ökologie. Wollen wir jetzt vermeintlich alles, was wir können, für die Natur tun, und uns als Menschen aus dem Wald zurückziehen? Oder erreichen wir das Optimum, indem wir den Wald sinnvoll nutzen und pflegende Eingriffe vornehmen? Für den Schutzwald ist es klar: ohne pflegende Nutzung kann der Wald seine Schutzfunktion und auch die Erholungsfunktion nicht lange aufrecht erhalten. Ausserdem: Holz als nachwachsenden Rohstoff an Stelle von Beton oder Stahl einzusetzen, ist umweltfreundlich!

### **amPuls: Was ist die Informationsstrategie Ihrer Organisation?**

**Dirk Schmechel:** Forstliche Öffentlichkeitsarbeit umfasst vier Standbeine: die Presse- und Medienarbeit, allgemeine Informationen für den Bürger, die Waldpädagogik und auch Marketingaspekte. Sie sind praktisch bei jeder Aktion miteinander verweben.

Wichtig ist für uns, dass wir flächendeckend durch unsere Forstämter präsent sind. Der örtlich zuständige Förster muss der Bevölkerung mit Informationen zur Verfügung stehen, er muss als Person bekannt und verfügbar sein.



Ein wesentlicher Teil der Strategie ist auch, dass wir klare Botschaften haben. Die Kernbotschaften sollten immer wieder auftauchen, und wir sollten auch immer wieder Verknüpfungen zu ihnen schaffen.

**Ueli Meier:** Eine Zielsetzung ist ganz einfach: jede Gelegenheit für Öffentlichkeitsarbeit wahrnehmen. Wir wollen in den Medien präsent sein und als Medienpartner akzeptiert werden. Wir verfolgen das Ziel, dass das Forstamt 40 Mal jährlich im positiven Sinn erwähnt wird. Einer der positiven Effekte daraus ist, dass die Journalisten nichts mehr veröffentlichen, ohne uns um Stellungnahme zu bitten. Im weiteren haben wir die Öffentlichkeitsarbeit unseres Amtes das erste Mal ins Regierungsprogramm integriert. Die Regierung hat diesem Anliegen entsprochen, und so verfügen wir in absehbarer Zeit über die notwendigen Mittel. Damit können wir die Informationstätigkeit und Öffentlichkeitsarbeit auf breiter Ebene durchführen. Das beginnt bei den Schulen, umfasst das geplante Waldschulzimmer und die Durchführung von Kursen und Tagungen, die Bereitstellung von Information sowie eigene Publikationen.

**Ruedi Harisberger:** Wir informieren allgemein über die Forstwirtschaft, den Naturschutz und natürlich auch über die normale Holzproduktion. Wir schauen auch, dass unsere Dritteleistungen, zum Beispiel die Parkholzerei, in die Presse kommen. Das ist gleichzeitig Werbung für uns. Wichtig ist aber auch, dass man die jungen Leute informiert. Ich mache da sehr viele Führungen, oft mehr als 30 pro Jahr.

**Marcel Güntensperger:** Neben der Nutzung unserer Fachzeitschriften versuchen wir über die Medien die Öffentlichkeit zu erreichen. Wir informieren offen, transparent und nachvollziehbar und bringen dabei auch den Waldbonus ins Spiel. Wir haben für Waldthemen einen Bonus in der Bevölkerung.



## **NACHRICHTEN VON CODOC**

### **Medienausleihe**

CODOC hat auf den Beginn des Jahres 2002 neue Regelungen für die Ausleihe von Medien herausgegeben. Alle potenziellen Medienbenutzer sind angeschrieben worden. Im Jahre 2002 werden wir die ganze Mediendatenbank überarbeiten. Dies kann zu Behinderungen bei der Ausleihe führen. Medienbestellungen sind wie gewohnt an die untenstehende Adresse von CODOC zu richten.

### **Arbeitsbuch für Forstwartlehrlinge**

Auch im Jahre 2002 findet eine Prämierung der Arbeitsbücher der Lehrlinge des dritten Lehrjahres statt. Die Arbeitsbücher werden wiederum von einer Jury begutachtet. Die ausgewählten Exemplare werden Ende September an der Freiburger Messe ausgestellt. Interessenten melden sich beim jeweiligen kantonalen Ausbildungsleiter, wo auch die Teilnahmebedingungen erhältlich sind.

### **Lehrmittel für Forstwarte**

Dieses wird neu bearbeitet von einer Arbeitsgruppe der Deutschschweiz und einer der Westschweiz. Für die Redaktion sind pro Sprache je eine Person verantwortlich. CODOC nimmt gerne konkrete Anregungen zum Inhalt oder auch zur Gestaltung entgegen.

Nach wie vor verkauft CODOC verschiedene Dokumente für forstliche Ausbilder. Bestellungen richten Sie an: CODOC, Postfach 339, 3250 Lyss, Tel: 032 386 12 45, Fax: 032 386 12 46, Mail [admin@codoc.ch](mailto:admin@codoc.ch)



Sind Sie umgezogen oder ist Ihre Adresse falsch geschrieben? Bitte teilen Sie uns Adressänderungen oder Korrekturen umgehend mit.  
(CODOC: Tel. 032 386 12 45, Fax 032 386 12 46, e-Mail: admin@codoc.ch)  
Auch Neuabonnenten sind willkommen. «amPuls» – das Fachorgan für die forstliche Berufsbildung – erscheint dreimal jährlich und wird allen Interessierten gratis zugestellt.

*Lebender Steinschlagschutz in Arni UR:  
Der Felsblock ist inzwischen gut eingewachsen.  
Prämiertes Bild unseres Fotowettbewerbes 2002  
von U. Thali, Göschenen.*

## FÖRSTERSCHÜLER WERBEN FÜR DEN WALD

**Am 7. Januar begann in Lyss der erste Blocklehrgang für Förster nach dem neuen modularen System. Bereits vorher hatten wir Gelegenheit, etwas Schulluft zu schnupern. In 7 Einführungsmodulen und einer Eintrittsprüfung in Muttersprache und in Rechnen wurden wir auf den Hauptlehrgang vorbereitet.**

Der Hauptlehrgang umfasst neu 21 Monate. Innerhalb dieser Zeit sind in drei Blöcken 22 Wochen Praktikum zu absolvieren, weitere 10 Wochen sind Ferien und der grosse Rest entfällt auf das Studium in der Schule.

Nach zwei Wochen wurden wir im Fach Projektmanagement bereits in Kreativität und Organisationstalent gefordert. Ziel ist es, am Tag des Waldes verschiedene Zielgruppen dazu zu bringen, sich mit dem Wald auseinanderzusetzen. In vier Projekten werden wir am 21. März verschiedene Bevölkerungsgruppen ansprechen. Eine Gruppe postiert sich in Bern auf dem Bärenplatz, um die Bevölkerung auf die täglichen Anforderungen, die man an den Wald stellt, aufmerksam zu machen. Die anderen drei Gruppen bleiben in Lyss. In Führungen für Kindergärten und Oberstufenklassen soll der Wald den Kindern und Jugendlichen näher gebracht werden. Und schliesslich werden wir auf einem Waldrundgang verschiedene Naturbesonderheiten zeigen, Fragen aufwerfen und auf die versteckten Schönheiten des Waldes hinweisen. Wir sind gespannt auf die Ergebnisse dieser Projektarbeiten.

Christian Müller und Mitstudenten



## BILDUNGSZENTRUM WALD MAIENFELD MIT NEUEM LOGO



BILDUNGSZENTRUM WALD  
CENTRO FORMAZIONE BOSCO  
CENTER FURMAZIUN GAUD  
CH-7304 MAIENFELD

Das Leistungsangebot des Bildungszentrum Wald Maienfeld hat sich im Zuge der Konkretisierung und Umsetzung des Projektes PROFOR II den aktuellen und künftigen Bedürfnissen angepasst. Dies führte auch zu einem neuen Erscheinungsbild. Das neue Logo zeigt die Weiterentwicklung von der Försterschule zum Bildungszentrum: es übernimmt das bisherige Dreieck und stellt mit seiner Form die drei Leistungsbereiche «Bildung», «Wissenstransfer» und «Zentrum» sowie die Ausrichtung auf den Gebirgswald dar. Der von unten nach oben ausholende Schriftzug gründet im bisher Bewährten und leitet zukunftsorientiert und dynamisch über zum neuen «Bildungszentrum Wald – Centro formazione bosco – Center furmazion gaud». Das Logo ist in zwei komplementären Grüntönen gehalten: tannengrün und lindengrün symbolisieren den gesunden Mischwald als Gestaltungselement unserer Landschaft.

**P.P.**

3000 Bern 21

**amPuls**  
CODOC

Bulletin für die forstliche Bildung