

Kurzbeschreibung: OPTKOM

Thema: Zielgruppenoptimierte Kommunikation für nachhaltige Waldbewirtschaftung und Waldnaturschutz - Emotionen aufgreifen und Vertrauen schaffen

Kurztitel: OPTKOM

Ausschreibung: „Kommunikation für Waldnaturschutz und nachhaltige Waldbewirtschaftung“

Förderung: Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) im Rahmen des Förderprogramms „Nachwachsende Rohstoffe“

Projektlaufzeit: 11/2022-10/2025

Leitung und Koordination des Projekts: Albert-Ludwigs-Universität Freiburg, Professur für Forst- und Umweltpolitik, Prof. Dr. Daniela Kleinschmit

Gesamtziele des Vorhabens

Ziel dieses Forschungsprojekts ist die Entwicklung eines Konzepts für eine zielgruppenoptimierte Kommunikation für nachhaltige Waldbewirtschaftung und Waldnaturschutz. Die Bevölkerung und Waldbesitzende sollen mit Hilfe einer Einteilung in Sinus Milieus auf ihre soziokulturellen Werte und ihre Ansprüche im Kommunikationsprozess untersucht und eingeteilt werden. Für kohärente Gruppen werden erfolgreiche Kommunikationsbeispiele identifiziert und partizipativ in Strategien für eine differenzierte Zielgruppenkommunikation überführt. Anhand einer bisher schlecht erreichten Zielgruppe, die es im Rahmen der Forschung zu identifizieren gilt, soll ein Kommunikationskonzept mit besonderem Fokus auf Social Media umgesetzt werden, um eine zielgruppenspezifische wirksame Kommunikation für nachhaltige Waldbewirtschaftung und Waldnaturschutz zu ermöglichen. Die Relevanz dieser Zielsetzung und die abschließend formulierten Forschungsfragen werden nachfolgend erläutert bzw. hergeleitet.

Problemstellung

In der diskursiven Auseinandersetzung um den richtigen Umgang mit dem Wald und im Ringen um die Deutungshoheit werden die Konzepte „nachhaltige Waldbewirtschaftung“ und „Waldnaturschutz“, trotz sehr großer Schnittmengen, häufig gegeneinander ausgespielt. In der Folge werden die Konzepte unterschiedlich bewertet und Missverständnisse zwischen Akteuren und in der Kommunikation mit der Öffentlichkeit sind vorprogrammiert. Problematisch ist, dass Zielgruppen der Kommunikation zu allgemein betrachtet werden, dass ihre Bewertungsrahmen und ihre Emotionen missachtet werden und dass der Aufbau von Vertrauen als Fundament weiterer kommunikativer Anstrengungen vernachlässigt wird. Der vielfach verwendete Begriff des Akteurs, wie z.B. für den Waldbesitz oder seine Untergruppen Kleinstwaldbesitz, bäuerlicher Waldbesitz, urbaner Waldbesitz etc. ist zu pauschal, wenn es darum geht die Emotionen der Empfänger positiv anzusprechen, Vertrauen zu gewinnen und evidenzbasiert über wirtschaftlich, naturwissenschaftlich oder gesellschaftlich definierte Problemstellungen des Waldes zu kommunizieren.

Relevanz

Aufbauend auf der differenzierten Erfassung der Akteure aus Forstwirtschaft und Naturschutz und der weiteren Bevölkerung nach ihrem Wertesystem und ihrer sozialen Lage, also nach ihrer Milieuzugehörigkeit sowie nach ihren naturschutzbezogenen Wahrnehmungen und Einschätzungen, wäre es jedoch möglich, Kommunikation für nachhaltige Waldbewirtschaftung und Waldnaturschutz wirksamer auszurichten. Zielgerichtete Kommunikation könnte z.B. eingesetzt werden, um die Überzeugung zu stärken, dass auch Waldbesitzende, die bisher nicht durch forstliche Beratung erreicht wurden, mit ihren Entscheidungen tatsächlich wirksam zum Waldnaturschutz beitragen

können oder Milieus, für die bisher kein Bezug zum Wald konstatiert wurde, ein Verständnis für aktuelle Herausforderungen und Notwendigkeiten vermittelt werden kann, um nur zwei Beispiele zu nennen.

Ansprechpersonen:

Lena Riemann, lena.riemann@ifp.uni-freiburg.de

Katharina Avena, katharina.avena@ifp.uni-freiburg.de

Weitere Informationen:

www.wald-und-kommunikation.de