

Die Neuerfindung des Selbst

Es gibt nur wenige Felder im Bereich der Forstpolitik, über die so viel geredet wird, wie über Öffentlichkeitsarbeit. Was diese Diskussionen im forstlichen Umfeld häufig auszeichnet, sind überkommene Vorstellungen über den Sender (Forstwirtschaft), die Botschaften („überzeugen!“) und den Empfänger (Gesellschaft). Das Tun zeichnet sich durch einen hohen Aktivismus aus, der unserer Ansicht nach von einer ganzen Reihe wenig zutreffender Annahmen über „Öffentlichkeitsarbeit“ begleitet wird. Unsere zwölf Thesen sollen zur kritischen Reflexion und auch zur Kritik anregen.

TEXT: RODERICH VON DETTEN; MICHAEL SUDA

Wald ist alles andere als eindeutig definiert. Das mag ein Vertreter der Forstwirtschaft bedauern, weil sie oder er dann nicht immer so genau weiß, wofür man eigentlich alles zuständig ist. Wald ist – und das ist vermutlich sein wichtigstes Charakteristikum – ein unendlicher 3D Projektionsraum für individuelle und gesellschaftliche Vorstellungen. Das macht das Sprechen über Wald immer dann nicht einfach, wenn die Forstwirtschaft darauf beharrt, dass der Wald so ist, wie sie ihn sieht. Aber bietet diese Vieldeutigkeit nicht die allerbesten Voraussetzungen, an die Waldbilder der jeweiligen Gesprächspartner anzuknüpfen?

Der Impuls, der bei den beiden Autoren zum vorliegenden Thesenpapier geführt hat, ist dennoch Unbehagen. Unbehagen darüber, dass viele Fachvertreterinnen und Fachvertreter immer wieder über misslungene Versuche klagen, ihr Handeln und Tun in der Öffentlichkeit zu legitimieren: Es falle, so ist zu hören, zunehmend schwer, sich zu verständigen, die eigene Position deutlich zu machen und Vertrauen und Glaubwürdigkeit zu gewinnen.

Im Hintergrund des vorliegenden Thesenpapiers steht die Kernthese von einer Forstbranche, die sich seit einigen Jahren in einer durch gesellschaftliche wie ökologische bzw. klimatische Wandlungsprozesse ausgelösten, tiefgreifenden Umbruchphase befindet und mit sich selbst und mit der Gesellschaft ringt. Ihre Art, intern und extern zu kommunizieren, interpretieren wir als Aussagen darüber, wie Forstleute sich selbst und ihre Umwelt betrachten. Die



Foto: Michael Suda

Baummeditation – Im Waldbaum sich selbst wahrnehmen und das Ich entdecken

Rede von Kommunikationsproblemen ist im Kern eine Rede über Identitätsprobleme. Wir nehmen wahr, dass sich Identität, Selbstverständnis und Selbstwahrnehmung in weiten Teilen der Forstwirtschaft immer noch aus einer nie ganz abgelegten „Kielwassertheorie“ speisen – und Missverständnisse und kommunikative Desaster sich in weiten Teilen als selbstproduziert bzw. als self-fulfilling prophecies erweisen.

Unser Anliegen fassen wir in zwölf Thesen, die zur Debatte über die notwendige und seit geraumer Zeit andauernde Transformation der Forstwirtschaft einladen wollen – und dabei gerne Widerspruch hervorrufen sollen. Hinter den Thesen stehen vielfältige Erfahrungen mit historischen sowie aktuellen internen und externen Bezugs-

gruppen geführte Debatten – auf diese Debatten möchten wir illustrierend Bezug nehmen.

Zwölf Thesen

1. Im Schlachthausparadoxon gefangen. Oder: Wer sich trotz in die Opferrolle begibt, wird selbst zum Opfer.

Erfolgreiche Kommunikation baut auf gegenseitige Wertschätzung. Das forstliche Weltbild geht davon aus, dass „die Gesellschaft“ den Bezug zur Forstwirtschaft, also zu uns (gemeint ist hier jedoch immer: die Holzproduktion) verloren hat. Als empirische Basis dient hier das gute alte „Schlachthausparadox“, das besagt, dass Menschen den Wald und das Holz lieben, die Holzernte

jedoch ausblenden, dass also weder Wald noch Holz für eine Legitimation der Holzproduktion herangezogen werden können. Im Umkehrschluss müssen also die Menschen davon überzeugt werden, dass sie sich beim Gedanken an die Holzproduktion keine Sorgen zu machen brauchen. Befragungen, die den Vorstellungen und Gedanken von Waldbesuchern über den Wald und seine Wahrnehmung ergebnisoffen nachgehen, verdeutlichen aber immer wieder, dass die Holznutzung, wenn diese „einfühlsam“ erfolgt, in das Waldbild der Besucher gut integrierbar ist. Warum aber wird das so negativ konnotierte „Schlachthaus“ immer wieder von Vertretern unserer Branche aufgegriffen, obwohl es nachweislich – von wenigen Ausnahmen abgesehen – in der Realität der Waldbesucherinnen und -besucher nicht existiert. Das Schlachthaus existiert offenkundig weniger in den Köpfen der Menschen, sondern vielmehr als Selbstbild einer „Forstbranche“, die jede Kritik an Holzernnte unmittelbar aufgreift und in einer internen Resonanzschleife verstärkt. Tief gekränkt zieht sich die Forstwirtschaft allzu willig auf eine Opferrolle zurück; im Dialog mit der Gesellschaft ist dies denkbar ungünstig.

2. Beziehung stiften. Oder: Unser Verständnis von Kommunikation ist von Unkenntnis und falschen Erwartungen geprägt.

Wer ein irreführendes, zu einfaches Verständnis von Kommunikation besitzt, wird in der Regel scheitern. Ist Kommunikation von einem Verständnis geprägt, das nur eigene Ziele und Wirkungen im Blick hat und Inhalte und Botschaften „transportieren“ möchte, so gerät aus dem Blick, dass Kommunikation in erster Linie aufeinander bezogenes Handeln ist und soziale Verhältnisse darstellt und begründet. Niemand will Einweg-Kommunikation betreiben – in der Realität aber zeugen viele der forstlichen Kontakt- und Kommunikationsversuche vom Gegenteil: die Erfahrungen der Adressaten werden nicht wirklich wahrgenommen, im Fokus stehen die eigenen Botschaften (oder das gewünschte Image!), Beziehungen (auch problematische) werden selten thematisiert, und es wird auf die eigene Überzeugungskraft und „harte Argumente“ vertraut – ohne zu realisieren, dass dies

„Warum springen wir über jedes Stöckchen, das uns hingehalten wird?“

MICHAEL SUDA

in den seltensten Fällen Beziehungen stiftet, die auf Vertrauen und gegenseitige Verständigung gründen.

Kommunikation ist wirkungsvolles Handeln – und es ist über Kriterien und gute Beispiele (sich hier etwa Wohllebens Welt anzuschauen, tut in der forstlichen Seele weh) zu erzählen. Aber Kommunikation ist nichts, was kontrollierbar wäre. Wer in der Öffentlichkeit spricht, trägt Verantwortung, wenn es um die wichtigen Ziele Verständnis und Vertrauen geht. Verständigung bedeutet Austausch und Eingehen auf den Gesprächspartner – und Vertrauen lässt sich zwar einseitig zerstören, aber nicht einseitig aufbauen.

3. Mehr Realismus wagen! Oder: Wir sind abhängig von der Öffentlichkeit – und nicht umgekehrt.

Die Forstwirtschaft muss Verantwortung tragen – und sich permanent gesellschaftlich legitimieren. Nach dem zweiten Weltkrieg geschah dies über die Rohstoffversorgung – in den 1960er Jahren kommen Aspekte der Walderholung hinzu und in den 1970er Jahren werden dann Waldfunktionen (also Umweltas-

pekte) in den Vordergrund gerückt. In den 1980er Jahren ist der Wald in Gefahr – und die Forstwirtschaft tritt als besorgter Bewahrer auf. In den 1990er Jahren trifft die Forstwirtschaft die Entscheidung, als „Waldmeister“ den Hunger einer zunehmend durchrationalisierten Holz- und Papierindustrie zu stillen. In der Folge kommt es nach der Jahrhundertwende zu einer Transformation der Forstwirtschaft, vor allem der öffentlichen Wälder. Diese Forstwirtschaft vermittelt den Eindruck, dass gesellschaftlich auferlegte Schranken (thematisiert werden vor allem Naturschutzaspekte) in den nun beginnenden Zeiten des Klimawandels unzumutbar wären. Als Legitimation der Forstwirtschaft werden etwa seit 2010 sog. Ökosystemdienstleistungen (eine Renaissance der Waldfunktionen) thematisiert. Die Organisationen, also die Forstwirtschaft, wird dabei zunehmend unsichtbar. Trockenzeiten, steigende Temperaturen, Stürme, Borkenkäfer und invasive Arten verdeutlichen, dass Forstwirtschaft nicht mehr planbar ist. An dieser Stelle wird die Legitimation für Forstwirtschaft in der Gesellschaft kritisch – Forstwirtschaft steht vor einem Paradigmenwechsel und muss sich transformieren, um ihre Rolle legitimieren zu können. Eine neue Legitimationsbasis kann sich hier nur an den vielfältigen gesellschaftlichen Interessen und nicht an Waldfunktionen orientieren. Kommunikation kann hier vermitteln, aber auch Grenzen der Unvereinbarkeit aufzeigen.

4. If you can't beat them – hug them! – Oder: Von der Notwendigkeit, nicht nur Bäume zu umarmen, sondern auch die Baumumarmen.

Zunächst erst einmal ist jedes Interesse am Wald, aus welchen Beweggründen oder Motiven auch immer, ein potenzielles Interesse an der Berufsgruppe, die für Schutz, Pflege und Nutzung des Waldes zuständig ist. Warum neigen Vertreterinnen und Vertreter der Forstwirtschaft dazu, immer alles zunächst als Problem wahrzunehmen und anzugehen – und eigene Interessen (im Zweifel: tendenziell richtig, berechtigt und objektiv gegeben) gegen Gefühle von Nicht-Fachleuten (im Zweifel: tendenziell falsch, ungerechtfertigt oder tendenziös) anzuführen? Menschen, die Bäume umarmen, im Wald baden und

Schneller ÜBERBLICK

- » **Öffentlichkeitsarbeit** ist ein schwieriger Kommunikationsprozess
- » **Forstakteure lassen sich von unzutreffenden** Vorstellungen über gelungene Kommunikation leiten
- » **Eine kritische Selbstreflexion bildet die Voraussetzung** für einen internen und einen nach außen gerichteten Dialog der Forstbranche



Kahlhiebs, Vollernter oder Holznutzung generell verhindern wollen, sollten zunächst unser ganzes Interesse wecken und können meist auch mit ins Waldschlauchboot genommen werden. Akzeptieren wir ihre jeweilige Perspektive auf den Wald und begreifen wir ihre Aktivitäten -so unterschiedlich die Forstwirtschaft dabei wegkommt- als Ausdruck echten Interesses am Wald?- Oder sehen wir überall ungeliebte Gäste, die unsere Alleinkompetenz gefährden wollen? Klar ist: die Popularität von selbsternannten, andersdenkenden oder von auf ihren eigenen Gebieten versierten und hier erfolgreichen Waldexperten lässt sich durch keine noch so pointierte Kritik ändern. Es ist vielmehr umgekehrt: sie lässt sich allenfalls noch steigern. Sie sind zuerst wichtige Anschauungsobjekte: Hören wir ihnen also zu und lernen von ihnen das, was uns offenkundig verloren gegangen ist. Man kann dann von Ihnen profitieren, wenn man die eigenen spannenden Perspektiven und das, was man selbst kann, an die Seite stellt. Erzählen wir also von uns: Menschen, die seit Generationen den Wald bewirtschaften. Und erzählen wir es Arm in Arm mit denen, die die Bäume umarmen. Diese Integration stellt den Menschen und seine Bedürfnisse in den Vordergrund: Das ist mehr, als ein paar Ideen in Bewirtschaftungskonzepten aufscheinen zu lassen.

5. Waldbücher & falsche Förster.

Oder: Keiner liebt uns so, wie wir uns lieben.

Jede Zeit hat den Teleförster, den sie benötigt oder verdient. Ob in den 1950er Jahren der Förster vom Silberwald Recht schaffenheit, die heile Welt der Natur und einen milden Eskapismus in die verwüsteten Wohnzimmer der Nachkriegszeit gebracht hat - ob nach dem Waldsterben in den späten 1980er Jahren Förster Rombach in 220 Folgen mit sanfter Beharrlichkeit und Menschenfreundlichkeit den Wald vor der Forstwirtschaft rettete und charmant zwischen Wald-Schutz und Wald-Nutzung vermittelte- oder ob in jüngster Zeit der, dessen Namen man in manchen Kreisen nicht aussprechen darf, ein Buch veröffentlicht, welches sich mehrere hunderttausend Male verkauft und in unnachahmlicher Weise, mit viel Geschick und Humor Begeisterung für walddökologische Sachverhalte weckt:

In allen Fällen sah oder sieht sich die Forstwirtschaft mit einem allorts beliebten Idealbild ihrer selbst konfrontiert, das ihr jedoch oft wenig genehm ist. Anstatt diese Idealbilder zu nutzen, neigen wir dazu, diese selbst zu entkräften (was jedoch nicht gelingt): die Bilder seien zu romantisch, zu realitätsfern, zu wenig wissenschaftlich fundiert. Aber: Jede Gendarstellung verstärkt das Klischee.

Es spricht sehr viel dafür, dass es sich beim meist grimmigen, oft auch larmoyanten forstlichen Blick auf DAS erfolgreichste Wald-Buch des letzten Jahrzehnts um ein Missverständnis handelt: Peter Wohllebens Bestseller „Das geheime Leben der Bäume“ handelt im Kern von einer Sozialutopie und einer Geschichte des individuellen „Heilwerdens“ an dieser Gemeinschaft des Waldes - und der Wald ist einem uralten Topos gemäß hier die perfekte Projektionsfläche, um diese Geschichte zu lokalisieren. Um Waldökologie oder -nutzung, gar um „die Forstwirtschaft“ geht es dabei allenfalls am Rande: die Leserschaft identifiziert sich zuerst mit ihrem Hauptdarsteller und betritt mit ihm eine faszinierende Waldwelt voller Mitgefühl, Schönheit und high-tech-Kommunikation (die Story benötigt freilich auch Nebenfiguren und Kontrahenten - und hier kommt die Forstwirtschaft ins Spiel). Wohllebens Waldwelt soll hier nur als Illustration dienen: Wenn es (wie dessen Leserkreis) den zahllosen Waldbesuchern und Waldliebhabern mit gutem Recht vor allem um die eigene, liebgewonnene Waldwahrnehmung geht, um „ihren Wald“ und die Imaginationen, die sich um ihn ranken: Woher rührt unsere Einbildung von der eigenen Bedeutsamkeit? Und wenn daraus die Erkenntnis reift, dass vor allem wir selbst es sind, die uns für wichtig und liebenswert halten: Welche Rückschlüsse sollten wir daraus für die Gestaltung unserer Kommunikation ziehen?

6. Förster, höret die Signale! Oder: Wer nicht hören will, der erfährt nichts.

Warum wäre es für einen Wirtschaftszweig selbst dann eine schlechte Idee, einer Gesellschaft mangelndes Interesse (und fehlendes Wissen) an der (permanent als prekär wahrgenommenen) eigenen Situation vorzuwerfen, wenn daran etwas Wahres wäre? Oder,

um nicht über die Landwirtschaft, sondern über die Forstwirtschaft zu sprechen (die tatsächlich um beneidenswerte Popularitätswerte verfügt, s.u.): Warum sollte unsere Community sich fragen, ob es nicht vielmehr darum geht, die eigene Selbstwahrnehmung zu überprüfen und mit der Fremdwahrnehmung abzugleichen? Wir sind es, deren Legitimation und damit deren Wohl von dem in uns gesetztes Vertrauen abhängt - nicht umgekehrt. Wie sehr also interessieren sich forstliche Fachvertreterinnen und Fachvertreter tatsächlich für die Gesellschaft - und was wissen sie nicht nur über Vorlieben, Sorgen und Interessen, über Verhaltensmuster, Nutzungs- oder Konsumverhalten, sondern über gesellschaftliche Trends und Entwicklungen sowie den gesellschaftlichen (Werte)Wandel, der immer auch (mal mehr, mal weniger) die Einstellungen zum Wald und zu denen beeinflusst, denen der Wald treuhänderisch anvertraut ist? Hören wir zu? Und was hören wir - und wollen wir hören? Welche Werte und Ziele verfolgen wir (außer dem Ziel, geliebt zu werden bzw. als „zentrale Stimme für den Wald“ zu gelten) - und wie reagieren wir darauf, wenn diese mit den in der Gesellschaft vorherrschenden Werten und Zielen schlecht in Einklang zu bringen sind? Schließlich: Wie gehen wir mit historischen Versäumnissen, mit notwendig gewordenen Richtungswechseln um? Wie mit alten Bündnissen und wie mit der Notwendigkeit, neue Allianzen zu knüpfen - wie gehen wir damit auch in unserer Kommunikation um? Wir sollten keine Mauern zwischen Stadt und Land bauen, sondern die sich bietenden Kommunikationsräume nutzen und dort gegenseitige Wertschätzung äußern.

7. Petitionen gegen die eigene Zielgruppe? Oder: Wer sein Publikum beschimpft, hat ein Problem.

Die Forstwirtschaft hat den unschätzbaren Vorteil (oder Nachteil - ganz wie Sie mögen), dass (fast) jedermann und -frau den Wald liebt und notfalls bereit ist, sich für ihn einzusetzen - und also dann auch als Expertin oder Experte, zumindest aber als für den Wald zuständig auftreten kann und oft auch tut. Wenn sich Menschen also urplötzlich um das vermeintliche Waldsterben oder um die Auswirkungen des Klimawand-

dels für den Wald kümmern, wenn Naturfreunde und Erholungssuchende zunächst daran interessiert sind, dass Wälder als grüne Menschenfreude, Orte von Schönheit, Artenreichtum und frischer Luft erhalten werden sollen - oder wenn hunderttausende Leserinnen und Leser plötzlich Bücher mit waldökologischen Inhalten kaufen und Faszination für Waldexperten entwickeln: Für Forstleute ist der Grad schmal, der akzeptables Interesse von der unbotmäßigen Einmischung in die inneren forstlichen Angelegenheiten trennt. Und auch wenn uns dies als Fachexperten seltsam vorkommen mag: Waldbesucher wissen „genug“, um in den Wald zu gehen und ihn „nur“ zu genießen - sie suchen in der Regel dort keine neuen Erkenntnisse, sondern wollen abschalten und die Seele baumeln lassen. Wenn uns Forstexperten hier etwas nicht recht ist, neigen wir dazu, zu belehren, forstliche Interessen nicht gebührend berücksichtigt zu sehen oder gar Petitionen zu schalten - und damit zwangsläufig unsere eigene Zielgruppe, die nach bestem Wissen und Gewissen, vor allem aber aus Liebe zum Wald handelt, zu zeigen, wie und wo sie irrt, verführt wird oder einfach nur naiv ist.

Wo Kritik grob unsachlich oder offenkundig auf Provokation aus ist, stärkt jede Gegenreaktion nur den Kritiker und wer über jedes Stöckchen springt, das ihm hingehalten wird, verliert seine Souveränität („Don't feed the troll!“). Wenn das Ignorieren schwerfällt oder der Umgang mit Kritik unumgänglich ist, hilft nur eine gelassene und gemessene Antwort. Keinesfalls sollte man sich Lesarten, Themen oder die eigene Rolle vorgeben lassen: Was wäre stattdessen eine Sichtweise, die Beobachtungen des Gegenübers aufnimmt, eigene Sichtweisen hinzufügt und im Ergebnis zu alternativen Schlussfolgerungen kommt?

8. Forstwirtschaft gegen den Rest der Welt. Oder: Was verbindet „uns“?

Wer ist diese Forstwirtschaft? Man könnte die Gruppe mit Hilfe von gemeinsam geteilten Überzeugungen oder Werten (unabhängig vom Wahrheitsgehalt) abgrenzen, wie z.B.

- *der Wald wird durch die Nutzung erhalten, Ökonomie und Ökologie stehen in einem harmonischen Verhältnis: Schützen durch Nutzen!*



Foto: Michael Suda

Fallkerb - Wie die Forstbranche glaubt, von der Gesellschaft wahrgenommen zu werden - Gefangen im „Schlachthausparadox“

- *die Forstwirtschaft hat die Nachhaltigkeit erfunden und praktiziert diese seit 300 Jahren erfolgreich.*

Hier wird Forstwirtschaft zu einem Minimalkonsens, der dazu verführt, Meinungsunterschiede zu nivellieren, um die „Truppe“ zumindest nach außen hin sinnbildlich zu einen. So beansprucht der Deutsche Forstwirtschaftsrat für sich, die Stimme der Forstwirtschaft zu sein, obwohl die Meinungen innerhalb dieser Dachorganisation durchaus kontrovers sind. Forstwirtschaft hat in den letzten zwei Jahrzehnten im Rahmen der Transformation eine deutliche Erweiterung erfahren. Waren es bis in die 90er Jahre noch die „Försterleute - als treuhänderische Waldgestalter“, so sind es heute auch die (organisierten) Waldbesitzer und Eigentümer, die zu dieser Gruppe gehören wollen. Das macht zwar den Sender größer, die Botschaften müssen jedoch - nach meist zähem Ringen - zwangsläufig allgemeiner formuliert werden, weil die Schnittmenge der Waldbilder mit einer Vergrößerung des Wir kleiner wird.

In der Kommunikation tritt schließlich auch die unscharfe Gruppe in den Hintergrund und nach vorne wird der Wald (und seine „Funktionen“ - ein für viele Menschen im Zusammenhang mit dem eigenen Walderleben ganz und gar abstrakt bleibender, oft gar „unpassender“ Begriff) geschoben, hinter dem es sich hervorragend verstecken lässt. Da steht es, das Multitalent, (das Opfer und der Retter) und die Welt ist in Ordnung. Nur hinter verschlossenen Türen darf dann auch mal gestritten werden - obwohl doch genau dieser Streit für die Außenkommunikation interessant wäre, weil er die Vielfalt der Forstwirtschaft realistischer abbildet.

9. Wir und die, innen und außen. Oder: Das binäre Denken bereitet uns die Probleme - und nicht etwa die Lösung

Die Forstwirtschaft beansprucht für sich und damit für ihre Perspektive die Deutungshoheit. Dies gipfelt in den Slogans „Wir sind Wald“ oder „Der Wald sind Wir“. Wenn dieses WIR nun Wald ist, dann sind alle anderen nicht Wald, weil sie nicht Teil des WIR sind. Dieses WIR wird andere Vorstellungen zwangsläufig negieren.

Man kann den Slogan „Wir sind Wald“ auch anders interpretieren. Nachdem es den Akteuren der Forstbranche nicht gelingt, ihre Identität zu finden, sie sich also nicht darauf einigen können, was sie sind, oder was ihr gemeinsames Wertesystem darstellt, einigt man sich darauf, etwas zu sein, was man nicht sein kann: Wald - und den lieben schließlich fast alle.

Ein „Wir“, das sich nicht als Teil der Gesellschaft sieht, begibt sich in eine kommunikative Falle. Wer sich selbst gedanklich einmauert, sieht sein Gegenüber nicht mehr und kann nur noch Botschaften über den Zaun werfen, in der Hoffnung, dass diese von jemandem aufgehoben werden. Wenn nur „wir“, die Branche, sich für zuständig hält - so spüren unsere Kommunikationspartner, so spürt die Gesellschaft, dass sie für unbefugt und ignorant gehalten wird. Ein solches Bild von Gesellschaft ist keine gute Voraussetzung für eine Kommunikation, die Glaubwürdigkeit und Vertrauen schaffen und eine kontinuierliche Holzproduktion legitimieren kann. Die Ausgrenzung führt zur Abgrenzung - Segregation hat ihren Ursprung immer in der Kommunikation.

Um dieses WIR „der Forstleute“ zu reanimieren, kursiert gegenwärtig ein



„Förstereid“ durch die forstlichen Gazette. Ohne jede Sensibilität, welche Bilder damit in der öffentlichen Vorstellungswelt erzeugt werden, kann dies als letztes Aufbäumen und Festhalten an überkommenen Strukturen gedeutet werden. Die Eröffnung spricht Bände: „Wälder sind kostbare Ökosysteme, ...“. Hier wird die naturwissenschaftliche Perspektive als Maßstab festgelegt und im gleichen Ansatz verwässert, weil das „Kostbare“ einer anderen Gedankenwelt entspringt.

10. Sind wir wirklich Cluster? Oder: In Zeiten des Wandels und der Transformation sind Strategien erforderlich, die Anpassung zulassen.

Das Denkmodell des „Clusters Wald-Forst-Holz“ hat in der Branche als kommunikatives Konzept zunehmend an Aufmerksamkeit gewonnen. Durch Aufsummierung von Arbeitsplätzen oder Umsätzen (mit fließenden Grenzen zu anderen Clustern) wird hier Bedeutung konstruiert. Abgesehen davon, dass sich die Cluster-Vision (und ihre grüne Wiedergängerin „Bioökonomie“) in Krisensituationen (z.B. sinkende Holzpreise als Folge von Stürmen oder Kalamitäten) als wenig gemeinsam agierendes Gebilde entpuppt (und staatliche Hilfen dafür sorgen müssen, dass sich die Situation nicht noch weiter verschlechtert) und bislang keine nachweisbare Wirkung auf die Politik oder die öffentliche Wahrnehmung ausgeübt hat: Es ist auch nicht davon auszugehen, dass sich dies in Zeiten des Klimawandels wesentlich ändert. Im Gegenteil: Mit dem Klimawandel sieht sich die Forstwirtschaft einem tiefgreifenden Paradigmenwechsel gegenübergestellt, der an den Grundfesten ihrer Identität rüttelt. Die mit dem Klimawandel verbundene Planungsunsicherheit wird genau das weiter gefährden, auf das ein auf Planungssicherheit basierender Cluster angewiesen ist: ein kontinuierlicher und planbarer Stoffstrom.

Eine Forstwirtschaft mit Zukunft, die als kompetente Institution den Wald für die Gesellschaft und deren Bedürfnisse bewirtschaftet, wird eine Forstwirtschaft sein, die mit dieser Situation der Unsicherheit angemessen umzugehen gelernt hat – oder sie wird einen massiven Bedeutungsverlust hinnehmen müssen. Was heißt das mit

Blick auf Strukturen, Prozesse oder Allianzen? Was vor allem bedeutet Anpassungs- und Lernfähigkeit konkret? Die Bearbeitung dieser Fragen steht im Zentrum einer in Transformation befindlichen Forstwirtschaft, die sich künftig weniger als ein amorphes „Wir“ denn als flexibles Netzwerk begreifen muss. Geknüpft aus klugen Knoten seiner unterschiedlichen Waldbesitzarten, Interessensverbände oder Betriebstypen entsteht damit ein in der Vielfalt der Wälder sich fluide bewegendes Gebilde aus Grenzorganisationen – verbunden durch den gemeinsam wahrgenommenen Auftrag, als gemeinschaftliches Netzwerk die Beziehung zwischen Wald und Gesellschaft zu gestalten: nicht hierarchisch geordnet oder zentral geführt – aber motivierbar und offen für Interventionen und Irritationen. Für die Kommunikation heißt das: Sie wird sich breiter aufstellen müssen. Kommunikation kann nicht mehr auf eindeutige Botschaften oder die Gestaltung des eigenen Images setzen, schon gar nicht in Form von Top-Down Information erfolgen. Perspektivenvielfalt ist dabei eine Selbstverständlichkeit – und eine gelebte oder gar geförderte Pluralität von Meinungen, Ansätzen und Werten, in unserer Gesellschaft von zentralem Wert, stünde der Forstwirtschaft gut zu Gesicht. Von einer Kommunikation, die eine so beschriebene Identität spiegelt, können die Bäume nur träumen.

11. Alltagskommunikation statt 5-Minuten-Performance – Wer im Rampenlicht steht, sollte auch ‚was‘ zu sagen haben.

Wenn sich Forstexpertinnen und -experten über die Schwierigkeit erfolgreicher Kommunikation und mangelnde gesellschaftliche Wertschätzung austauschen, so kommen früher oder später Phantasien der Art „Wenn wir nur einmal fünf Minuten zur besten Sendezeit bekämen und dann Gelegenheit hätten, den Menschen da draußen zu erklären, dass ...“ oder man setzt die Hoffnungen auf „professionelle Hilfe von außen“ (Kommunikationsexperten, PR-Büros, Promis). Auch die Langfristhoffnung auf die segensreichen Effekte der überall beliebten (Wald)Pädagogik, die in der jungen Generation das Waldwissen und die Waldliebe verankern soll, über die eine „leider waldentfremdete Eltern- und Großelternge-

neration“ nicht in ausreichendem Maße verfügt, ist eine der Vorstellungen, gegen die kein vernünftiger Mensch etwas einwenden kann und darf. Hinter derartigen Vorstellungen steht aber nicht nur eine gewisse Resignation, sondern auch die Idee der „Repräsentanz“: Dass es also repräsentativer Personen oder Stellen bedarf, die in der öffentlichen Arena im Namen von uns allen für die „Interessen des Waldes“ streiten. Die „Idee der zentralen Kommunikation“ ist auch in immer wieder in der forstlichen Alltagssprache z.B. in Verwaltungen wirksam, wenn das Bild von Zentrum und Peripherie evoziert wird: Ideen oder Informationen werden von einem Zentrum „in die Fläche gebracht“. Allerdings: Die gesellschaftliche „Differenzierungsdrift“ (Heiko Roehl) ist längst auch innerhalb der Forstwirtschaft erkennbar – und es gibt die angenommenen zentralen Ankerpunkte nicht mehr (wenn es sie denn in der imaginierten Form überhaupt jemals gegeben hat). Unter den Voraussetzungen unserer von den Medien geprägten, in allen Bereichen digitalen Aufmerksamkeits- und Erregungskultur, in der fraktionierten, vielfältigen, sich rasch wandelnden und oft genug durch Widersprüche geprägten Gesellschaft ist ein Sprechen aus herausgehobener Warte oder „mit einer Zunge“, mit wenigen zentralen Botschaften und in bewährten medialen Kanälen zur Schimäre geworden. Kommunikation bewährt sich im Alltag: sie ist individuell, verschiedenformatig, experimentell, geht auch Risiken ein, sie ist dezentral, lebt von farbigen Erzählungen – und gründet v.a. aber auch neue kommunikative Situationen. Sie kündigt von individuellen, mal abstrakten, mal konkreten Erfahrungen, beschreibt Beziehungen, reflektiert und vermittelt Außer-Gewöhnliches.

12. Neue Expertise. Oder: „Ich weiß, dass ich nichts weiß.“

Das größte Problem hinter der Rede von den angeblichen forstlichen Kommunikationsproblemen oder -schwierigkeiten ist vielleicht ein psychologisches. Die Kehrseite des in Normalzeiten ungefährdeten Selbstbewusstseins ist das angegriffene Selbstwertgefühl in Zeiten schwankenden Waldbodens. Die Auswirkungen des Klimawandels erschüttern nicht nur unsere Erwartun-

gen, sondern auch unsere Fähigkeiten, die Zukunft vorherzusagen bzw. über Planungen in den Griff zu bekommen. Erodieren in Zeiten des fortschreitenden Klimawandels die Illusionen von Kontrolle, Steuerungsfähigkeit, Planbarkeit und Berechenbarkeit, wird die Anwendung der vielgerühmten Nachhaltigkeitskompetenz unmöglich, so schwindet damit auch das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten und Kompetenzen. Die gegenwärtige Transformation des Waldes und der Forstwirtschaft muss auch als eine Krise des Wissens, des Erfahrungswissens, des Verstehens und des Wissen-Könnens verstanden werden.

Und: Mit alten Geschäftsmodellen und dem Primat der Holzproduktion erodieren auch die zentralen Legitimationserzählungen der Forstwirtschaft: Holzproduktion gerät unter stärkeren Legitimationsdruck, gleichzeitig steigen gesellschaftliche Ansprüche v.a. an Erholung, aber auch an Klimaschutz und Biodiversität. Der rechtliche Rahmen und die damit verbundenen politischen Anforderungen haben sich stetig gewandelt – und nicht zuletzt gewandelt hat sich die Dynamik in einer Gesellschaft, für die mit Hilfe neuer Medien und Organisationsformen auch neue Kommunikations-, Mitbestimmungs- und Protestformen charakteristisch geworden ist.

Beides, Krise des Selbstbildes und wachsender gesellschaftlicher Druck werden zu einem anderen Selbstverständnis und einem anderen Umgang mit Rollenerwartungen führen – und ein neues Modell einer Expertin oder eines Experten für den langfristigen Umgang mit dem Wald ergeben: Auch wenn Försterinnen und Förster nicht wissen (können), wie es mit dem Wald der Zukunft weitergeht – und was angesichts der zahlreichen, sich oft überlagernden Kräfte, Störungen und Umwälzungen das Richtige und langfristig Erfolgversprechende ist: Sie bleiben die zentralen Instanzen, denen der Wald anvertraut wird. Man benötigt Fachleute, um in Zeiten des permanenten Ausnahmezustands klug zu improvisieren, zu experimentieren, neue Pfade zu betreten und Wälder rasch an Unvorhersehbares anzupassen d.h.: sich intelligent durchzuwursteln (das englische „the science of muddling through“ [Richard B. Norgaard] hört sich da weit-

aus besser an). Für die Kommunikation aber heißt das: es führt kein Weg daran vorbei, das eigene Nicht-Wissen einzugestehen und zu thematisieren, Irrtümer oder falsche Erwartungen anzuerkennen, sich zu korrigieren, wo es nötig ist, Widersprüche zuzulassen und nicht um jeden Preis zu vereinfachen oder die Illusion der Allkompetenz und –zuständigkeit aufrecht zu erhalten.

Nur wer die Transformation aktiv gestaltet, bleibt dem Wald treu

Gerade in den Zeiten, in denen der Wald großen Umdeutungen ausgesetzt ist, öffnen sich Möglichkeiten für die Forstwirtschaft.

Mit dem gesellschaftlichen und ökologischen Wandel geraten etablierte Rollen, Selbstbilder, Positionierungen, Themen, Werte, Leitbilder oder Fremdwahrnehmungen auf den Prüfstand. Die jetzt notwendigen Debatten betreffen sowohl das Außenverhältnis als auch das Innenverhältnis. Versucht man hier, mit Wagenburgdenken und einer mangelnden Streitkultur „die Reihen fest geschlossen zu halten“, muss dies zu Enttäuschungen führen. Man achte auf die Kriegsrhetorik, die auch in der Forstpartie bisweilen angestimmt wird im Angesicht von Herausforderungen wie dem Klimawandel, von gesellschaftlich-politischem Strukturwandel oder den Organisationsreformen: sie verhindert die angemessene Aufarbeitung der Probleme und das Auffinden oder Experimentieren mit Anpassungsstrategien, an denen kein Weg vorbeiführt. Der Verlust einer vermeintlich unangefochtenen Alleinzuständigkeit für den Wald, der Verlust des Grundgefühls, Wälder in Ruhe, Stabilität und vermeintlicher innerer Einigkeit schützen und bewirtschaften zu können, ist selbstverständlich mit einer tiefgreifenden Kränkung verbunden. Es gibt hier aber immer mehrere Möglichkeiten, mit solchen Situationen umzugehen: sie entweder zu verleugnen oder anzunehmen, sie aktiv zu bearbeiten oder passiv zu erleiden, sie als reine „Kommunikationsprobleme“ auf eine äußerliche Weise zu adressieren („Tue Gutes und rede darüber!“, „Bessere Kommunikation!“ „Kampagne!“; „CI-Prozess!“ ...) oder sich mit der inneren und äußeren Situation

aktiv auseinanderzusetzen.

Sich dabei freiwillig in eine Opferrolle zu begeben, muss im Ergebnis zu Selbstmitleid und einer weiteren freiwilligen Selbstmarginalisierung und –entmündigung führen.

Den Verfassern scheint das unnötig: Forstliche Kommunikation besitzt sehr gute Grundvoraussetzungen, mit ihren Erzählungen eine sensibilisierte Gesellschaft zu erreichen. Das Interesse am Wald ist das verbindende Element und die gemeinsame Zuneigung zu ihm schafft eine wunderbare Plattform für einen Austausch. Nicht zu vergessen: der tägliche Waldbesuch ist eine Abstimmung mit den Füßen! Die Wälder sind aus Sicht der Bevölkerung in einem für sie guten Zustand. Die Holzproduktion wird von wenigen Ausnahmen abgesehen, nicht kritisch betrachtet. Wälder bilden die größte Kommunikationsoberfläche, die man sich vorstellen kann. Und diese ist größer als alle Plakatwände der Welt zusammen. Larmoyanz ist also alles andere als angesagt.

Am Schluss steht also die Paradoxie: Die Situation ist ernst, aber sie könnte besser nicht sein. Was wir brauchen ist: Größere Gelassenheit, Toleranz, Souveränität, Freundlichkeit, gute Laune und Humor als Grundlage forstlicher Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation einerseits. Andererseits mehr Streit, Aufarbeitung, Mut zur Veränderung und Sensibilität dafür, dass Revisionen eingefahrener Sichtweisen und Strategien die Voraussetzungen dafür sind, dass eine Transformation der Forstwirtschaft gelingen kann.



Dr. Roderich von Detten

r.v.detten@ife.uni-freiburg.de,

ist an der Professur für Forstökonomie und Forstplanung der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg beschäftigt.

Prof. Dr. Michael Suda leitet den Lehrstuhl für Wald- und Umweltpolitik der TUM.