



Skizze Lösungsansatz: Positive Emotionen

Die Skizze ist Ergebnis der Diskussion der Begleitgruppe. Sie ist eine Empfehlung an die unten aufgeführten Akteure, den Lösungsansatz so umzusetzen.

Vorbemerkung: In dieser Skizze wurden die beiden ursprünglichen Lösungsansätze «Motivation der Waldbesitzenden» und «Verantwortungsbewusstsein der Akteure für die Wertschöpfungskette schärfen» zusammengeführt.

Ziel (Soll)	<ul style="list-style-type: none"> - Die WE sind mittels einer Kommunikationskampagne motiviert, ihren Wald effizienter und intensiver zu bewirtschaften. - Die WE sind sich der Notwendigkeit und des Werts der regionalen Wertschöpfungskette Holz bewusst. - Die WE sehen ihre Mitverantwortung für eine erfolgreiche Wertschöpfungskette Holz.
Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> - Der Lösungsansatz konzentriert sich auf die Kommunikation gegenüber den WE. Appelle an das Verantwortungsbewusstsein für die Holzherkunft der übrigen Akteure der Wertschöpfungskette Holz sind Gegenstand anderer Massnahmen des Holzclusters. - Bei der Kommunikation sollen «neue» Ansätze zur Anwendung kommen. Zur Information und Beratung der WE werden Kommunikationsstrategien und -mittel entwickelt, welche grundlegende Werte und Motive ansprechen und emotionale Inhalte vermitteln. Im Unterschied zur gängigen Information zu Fähigkeiten (z.B. Eingriffsplanung) und Gelegenheiten (z.B. gemeinsame Durchführung eines Seilkranschlags) oder materiellen Motiven (z.B. Erlöse, Kostensenkung) sollen vor allem ideelle Motive (z.B. Ressource für kommende Generationen erhalten, Verantwortung für Wertschöpfungskette wahrnehmen) transportiert werden. - Das Kommunikationskonzept soll unter Einbezug des Holzclusters und der FU entwickelt werden. - Zu Beginn der Projektumsetzung soll geklärt werden, ob die Kommunikationsmassnahmen über den Kanton Luzern hinaus in der ganzen Zentralschweiz umgesetzt werden können. Dazu sind die entsprechenden Organisationen in den anderen Zentralschweizer Kantonen anzufragen.
Massnahmen	<ol style="list-style-type: none"> 1) Organisationen (Waldwirtschaftsverbände) in der Zentralschweiz anfragen, ob sie sich beteiligen 2) Kommunikationskonzept mit Fokus Motivation der WE zur Bewirtschaftung entwickeln 3) Konzept mit Partnern und Multiplikatoren besprechen 4) Kommunikationsmassnahmen planen und umsetzen 5) Wirksamkeit der Kommunikation überprüfen und bei Bedarf Konzept oder Umsetzung anpassen
Verantwortung	WaldLuzern
Beteiligte	<ul style="list-style-type: none"> - RO/Betrieb - FU - Holzcluster Zentralschweiz - lawa (Revierförster als Multiplikatoren) - allenfalls weitere Organisationen der Zentralschweiz

Aufwand	<ul style="list-style-type: none"> - Kommunikationskonzept: rund 20'000 Franken; maximal 10 Arbeitstage bei WaldLuzern - Umsetzung des Kommunikationskonzepts: abhängig von den Kommunikationsmitteln und -kanälen sowie dem Umfang und Dauer
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> - Eigenmittel von WaldLuzern und allenfalls beteiligter Organisationen - Holzcluster Luzern (nur unterstützend für Entwicklung Kommunikationskonzept)
Termine	<ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung des Konzepts im Sommer 2018 - Start der Umsetzung erster Massnahmen im Herbst 2018 (vor Holzschlagsaison 2018/2019) - erste Überprüfung der Wirksamkeit im Sommer 2019
Verbindung zu anderen Lösungsansätzen	<ul style="list-style-type: none"> - Der Aspekt des Verantwortungsbewusstseins steht in Verbindung mit dem Lösungsansatz Prozessoptimierung. Bei der Kommunikation gegenüber den WE können Argumentationen mit Themen zur Prozessoptimierung begründet werden (z.B. mehrjährige Bewirtschaftungsverträge, Vergabepraxis der WE/RO).
Herausforderungen	<ul style="list-style-type: none"> - personelle und finanzielle Kapazitäten von WaldLuzern - Wandel von den materiellen zu den immateriellen Motiven bei den WE erreichen
Beispiele	<ul style="list-style-type: none"> - Task Force Wald + Holz + Energie (TF WHE) und Waldwirtschaft Schweiz (WVS) (2015): Kommunikationskonzept «Holzmobilisierung».¹ Dieses Konzept kann im Prinzip als Ausgangslage verwendet werden, müsste aber auf die regionalen Spezifitäten angepasst und aktualisiert werden (siehe weitere Bemerkungen). - Amt für Wald Bern des Kantons Bern, Kampagne «Nachhaltige Verjüngung und Nutzung des Berner Waldes» 2008 - Aktivitäten der RO - Broschüre «Ist Ihr Wald in Form», Erarbeitet durch VLW und lawa mit Unterstützung holz 21 - Projekt «Private Waldeigentümer für ihren Wald und seine Bewirtschaftung begeistern» von Rosset, Pauli und Dumollard (HAFL)
Weitere Bemerkungen	<ul style="list-style-type: none"> - In den nächsten Monaten wird eine Analyse im Auftrag des BAFU publiziert, welche unter anderem eine Typologisierung von PWE enthält, die fünf Typen identifiziert. Diese fünf Typen unterscheiden sich stark hinsichtlich der verfolgten Ziele und dem Verhalten sowie weiteren Merkmalen. Auf dieser Grundlage sollten typenspezifische Kommunikationsstrategien entwickelt werden können. Kontakt: David Walker, Interface Politikstudien Forschung Beratung Luzern, walker@interface-politikstudien.ch - Unter anderem im Bereich Nachhaltigkeit wurde untersucht, wie verschiedene Kommunikationsstrategien und –mittel wirken, die positive oder negative Emotionen wecken. Kontakt: Dorothea Schaffner, Fachhochschule Nordwestschweiz, dorothea.schaffner@fhnw.ch

Legende: WE = Waldeigentümer/-innen; PWE = Privatwaldeigentümer/-innen; RO = regionale Organisation; FU = Forstunternehmen; lawa = Dienststelle Landwirtschaft und Wald Luzern; BAFU = Bundesamt für Umwelt; VLW = Verband Luzerner Waldeigentümer; HAFL = Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften.

¹ <https://www.bafu.admin.ch/dam/bafu/it/dokumente/wald-holz/fachinfos/kommunikationskonzeptholzmobilisierung.pdf.download.pdf/kommunikationskonzeptholzmobilisierung.pdf>.

Elemente eines Kommunikationskonzepts

- Analyse
 - Gegenstand
 - Akteure
 - Vergangene und laufende Aktivitäten
- Ziele und Zielgruppen
 - Definition der Ziele
 - Segmentierung der Zielgruppen
 - Mögliche Multiplikatoren
- Botschaften
 - Themen, Argumentationslinien
 - Botschaften
- Massnahmen
 - Kommunikationsmittel
 - Planung der Massnahmen
 - Kosten
- Erfolgskontrolle