

Aktion 13000: Wald gestalten – Wert erhalten

Eine Werbekampagne für 13.000 Waldbesitzer zum Thema Waldumbau

Walter Schubach

Waldbesitzer zu motivieren, ihren Wald zu pflegen und – wo nötig – mit klimatoleranten Baumarten anzureichern, ist eine Kernaufgabe der Bayerischen Forstverwaltung. Hierfür gibt es die unterschiedlichsten Lösungsansätze, wie auf Waldbesitzer zugegangen werden kann. Das Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Cham entwickelte hierfür eine einjährige Kampagne mit dem Werbeslogan »Aktion 13000: Wald gestalten – Wert erhalten«, mit welcher sie die 13.000 Waldbesitzerinnen und Waldbesitzer des Landkreises Cham ansprechen und motivieren wollte.

Zum Jubiläum »300 Jahre Nachhaltigkeit« des Jahres 2013 entschlossen wir uns, für den Landkreis Cham eine spezielle Werbekampagne für den Waldumbau zu starten. Die circa 13.000 Waldbesitzer des Landkreises wurden aufgefordert, anlässlich des Jubiläumjahres mindestens eine Laubholz- oder Tannengruppe zu pflanzen. Als Anreiz für die Teilnehmer stifteten mehrere Sponsoren drei Jubiläumspreise zu je 500 Euro. Für die Gesamtkonzeption unserer Werbekampagne holten wir uns professionelle Unterstützung von einer Werbeagentur. Gemeinsam entwickelten wir ein eingängiges Logo und den Spruch »Wald gestalten – Wert erhalten«. Dazu gab es entsprechende Flyer und Plakate. Mit dem Aufruf »Schenken Sie Ihrem Wald ein Klimapaket« wurden die Waldbesitzer direkt aufgefordert, eine Laubholz- oder Tannengruppe zu pflanzen.

Es war uns ein wesentliches Grundanliegen, positive und ansprechende Botschaften zu formulieren.

So wurde die Idee verwirklicht

Zunächst wurde die Laufzeit der Kampagne bestimmt. Sie umfasste die Zeitspanne von April 2013 bis Ende April 2014. So konnten wir unser Vorhaben sukzessive bekanntmachen und durch die begrenzte Dauer den Spannungsbogen kontinuierlich aufrechterhalten. Während der Laufzeit der Werbekampagne wurden zahlreiche öffentlichkeitswirksame Aktionen geplant und durchgeführt, die hier gar nicht alle angeführt werden können. Den »Startschuss« gab Forstminister Helmut Brunner im April 2013 in der offiziellen Auftaktveranstaltung mit einer symbolischen Eichenpflanzung im Kirchenwald der Pfarrei Roding. Bei allen geeigneten Veranstaltungen – ob forstlicher Art wie Versammlungen der Waldbesitzervereinigungen und der Forstlichen Zusammenschlüsse oder Hege-schauen – oder auf allgemeinen Veranstaltungen, wurde auf die »Aktion 13000« hingewiesen. Während der Waldjugendspiele pflanzten die teilnehmenden Kinder ein »Tannen-Klimapaket«. Auf einem Pressetermin mit dem Chamer Landrat Franz Löffler stellten wir öffentlichkeitswirksam das Plakat der »Aktion 13000« vor. Anschließend wurden Flyer und Plakate an Rathäuser, Sparkassen und Genossenschaftsbanken des Landkreises verteilt. Durch den Versand der Flyer mit der



Abbildung 1: Eichenpflanzung im Rodinger Kirchenwald während der Auftaktveranstaltung mit Forstminister Helmut Brunner (5.v.l.)

Info-Post des Bayerischen Bauernverbandes und der Waldbesitzervereinigungen haben unsere Faltblätter direkt die Waldbesitzer erreicht. Die Tageszeitungen, die sich gerne unserer Themen annehmen, brachten mehrmals Beiträge von teilnehmenden Waldbesitzern. Unsere Förster führten in dem Kampagnenjahr zahlreiche Waldbegänge mit Waldbesitzern beispielsweise zum Thema Voranbau durch, über welche ebenfalls die Tagespresse berichtete. Zudem erschienen verschiedene, zeitlich gestaffelte Presseartikel zur Thematik Klimawandel und Waldumbau. »Wald gestalten – Wert erhalten« war auch Thema eines Vortragsabends mit Referaten zu »Aktuelles aus dem Waldschutz«, Beimischung von Laubholz – ein Irrweg?« und einem Bericht über die Erfahrungen eines Privatwaldbesitzers. Auf dem Messe- und Aktionstag »GutHolz« in Bad Kötzting war die »Aktion 13000« mit dem Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Cham vertreten, ebenso bei der Eröffnung der Nachhaltigkeitsausstellung im Landratsamt Cham, die mit einer Autorenlesung verbunden war.



Abbildung 2: Logo und Slogan der Werbekampagne

Den Abschluss unserer Werbekampagne machte wiederum Forstminister Helmut Brunner, der in einem feierlichen Festakt im Mai 2014 die drei Jubiläumspreise an die Gewinner überreichte. Einen Sonderpreis gab es für mehrere besonders engagierte Waldbesitzer, die in einer Gemeinschaftsaktion ihre Wälder durchforsteten und trupp- und gruppenweise circa 2.500 Tannen pflanzten.

Ergebnis: geförderte Pflanzfläche hat sich mehr als verdoppelt

Jetzt, nach Ende der »Aktion 13000«, können wir feststellen, dass sie insgesamt recht erfolgreich war. Mit einfachen Mitteln konnten wir eine Werbekampagne durchführen und die geförderte Pflanzfläche trotz der markanten Einschlagszurückhaltung im Jahr 2013 von 23 auf 55 Hektar steigern. Dabei sind Flächen von Waldbesitzern, die sich ohne staatliche Förderung beteiligten, nicht eingerechnet. Ausschlaggebend für den Erfolg waren sicher zahlreiche Faktoren. Ob Preisgeld, Flyer oder Vortrag, ein Puzzleteilchen hat sich ins andere gefügt. Die entscheidenden Faktoren waren jedoch ohne Zweifel die Zusam-

menarbeit mit einer Werbeagentur und die Identifikation der Mitarbeiter mit der Kampagne. Ohne ein entsprechendes Engagement wäre ein Erfolg nicht möglich gewesen.

Aber auch für unsere weitere Arbeit konnten wir wertvolle Erfahrungen sammeln. Für eine solche Kampagne sind mindestens ein, wenn nicht sogar zwei Mitarbeiter unerlässlich, die quasi als »Projektmanager« bereit sind, die vielfältigen Planungs- und Abstimmungsarbeiten zu übernehmen. Eine sehr wichtige, aber zugleich auch nicht ganz leichte Aufgabe war es, die ganze Mannschaft ins Boot zu holen. Wie weiter oben schon erwähnt, sind Kommunalpolitiker und Medien unseren Themen gegenüber grundsätzlich sehr aufgeschlossen. Als staatliche Forstverwaltung haben wir daher vielfältige Möglichkeiten für eine werbewirksame Öffentlichkeitsarbeit. Von großer Bedeutung ist die Laufzeit einer Kampagne. Es bedarf einer gewissen Zeit, eine Marke oder ein Motto bekanntzumachen, gleichzeitig kann ein entsprechender Spannungsbogen nicht für eine zu lange Zeit aufrechterhalten werden. Außerdem war die Zusammenarbeit mit Werbeprofis sehr befruchtend und zielführend, da man viele Erkenntnisse aus der Werbebranche auch für die Zeit danach für den forstlichen Berufsalltag sehr gut nutzen kann.

Der Erfolg der »Aktion 13000« ermutigt durchaus dazu, auch in Zukunft neue Wege zu wagen.

Walter Schubach war als Bereichsleiter am Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Cham für die Werbekampagne verantwortlich. Seit 1. Juni 2014 ist er Bereichsleiter Forsten am Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Deggendorf. Walter.Schubach@aelf-dg.bayern.de



Foto: W. Greis

Abbildung 3: Forstdirektor Walter Schubach eröffnet die Werbekampagne »Aktion 13000: Wald gestalten – Wert erhalten«.



Foto: W. Greis

Abbildung 4: Mit der Überreichung der Preisträger an die Gewinner endete die einjährige Werbekampagne der »Aktion13000«.