

Zeitschrift: Schweizerische Zeitschrift für Forstwesen = Swiss forestry journal = Journal forestier suisse
Herausgeber: Schweizerischer Forstverein
Band: 131 (1980)
Heft: 4

Artikel: Die Betreuung der Presse durch den forstlichen Praktiker
Autor: Graf, R.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-766539>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 08.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Die Betreuung der Presse durch den forstlichen Praktiker

Eine praktische Hilfe

Von R. Graf, Bern

Oxf.: 945

1. Der geplante Informationsdienst und die Rolle des einzelnen Forstmanns

Mit zunehmender Sensibilisierung der Öffentlichkeit für Natur- und Umweltschutz wächst auch das Interesse des Bürgers für den Wald im weitesten Sinne. Damit steigt auch die Gefahr von Konflikten mit Waldbewirtschaftern und -eigentümern, denn «weil die Einsicht in Funktionszusammenhänge fehlt, stossen die für eine intensivere Nutzung des Waldes notwendigen Massnahmen auf Ablehnung (Waldstrassen, Dezimierung des Wildbestandes . . .)» (Hertig, 1979).

Öffentlichkeitsarbeit ist also eine wichtige Massnahme zur Vorbereitung und Unterstützung forstpolitischer Entscheide, die jeder Forstmann im kleinen und am ihm anvertrauten Wald zu fällen und zu verantworten hat.

«Ohne den systematischen und gekonnten Gebrauch der modernen Massenmedien gibt es keine in die Breite des Volkes wirkende Forstpolitik» (Bosshard, 1978). Die Spitzenverbände der schweizerischen Forstwirtschaft (SFV, SVW, VSF) haben diese Tatsache ebenfalls erkannt und planen deshalb die Gründung eines schweizerischen forstlichen Informationsdienstes (FID). Dieser soll auf gesamtschweizerischer Ebene die Betreuung der Massenmedien übernehmen, eine leistungsfähige Dokumentationsstelle aufbauen, die forstliche Praxis bei ihrer Öffentlichkeitsarbeit auf Wunsch beraten, eine Erfolgskontrolle führen usw.

Der FID wird aber den einzelnen Forstmann nicht von seiner Aufgabe entbinden können, auf regionaler Basis die Bevölkerung zu informieren. Gewisse Aufgaben sind vom Thema oder vom Zielpublikum her auf eine Region beschränkt.

2. Tageszeitungen sorgen für Breitenwirkung in der Region

Dem Forstmann stehen zur Aufklärung der Öffentlichkeit in einer bestimmten Region verschiedene Mittel zur Verfügung. So hat die Betreuung

der Schulen den Vorteil einer nachdrücklichen und zukunftsgerichteten Wirkung. Vorträge und Führungen können auf die Bedürfnisse einer bestimmten Zuhörergruppe abgestimmt werden. Kein Mittel erreicht jedoch in der Region die gleiche Breitenwirkung wie die Tagespresse.

Nur noch sehr wenige Tageszeitungen der Schweiz sind auf ein vorwiegend «überregionales» Publikum ausgerichtet. Die Vermittlung internationaler und schweizerischer Aktualitäten wird durch Fernsehen und Radio viel schneller besorgt. Die meisten Tageszeitungen richten sich deshalb auf eine bestimmte Region aus, wo sie die Konkurrenz durch Fernsehen und Radio vorläufig noch nicht zu fürchten brauchen. Entsprechend gross ist das Bedürfnis der Zeitungen nach Meldungen und Berichten aus der Region.

3. Artikel schreiben ist nicht schwer

Viele Forstleute sind der Ansicht, dass (ausgerechnet!) ihnen das Verfassen eines Artikels nicht liege. Die Kenntnis von wenigen wichtigen Punkten ermöglicht aber bereits, ohne grosse Schwierigkeiten einen pressegerechten Beitrag zu verfassen.

Schlagen wir eine Seite einer Zeitung auf, so fällt unser Blick wohl als erstes auf die Bilder. Selbstverständlich lesen wir rasch die Legende. Dann orientieren wir uns an den Titeln über den Inhalt des Textteils. Wo der Titel Interessantes verheisst, beginnen wir, den Beitrag zu lesen, und zwar bis zu dem Punkt, an dem wir das Gefühl haben, das Wichtige sei gesagt, nun werde der Artikel eher langweilig.

3.1 Bilder

Viele Redaktionen sind einer Bildagentur angeschlossen, die fast pausenlos über moderne Übermittlungsgeräte Bilder direkt ins Redaktionsgebäude liefert. Dabei handelt es sich jedoch zumeist um Bilder zu internationalen oder gesamtschweizerischen Themen. Auf dem Gebiet der regionalen und lokalen Information sind die Redaktionen im allgemeinen sehr dankbar für Bild-Einsendungen.

Erwünscht sind schwarz-weiße, möglichst kontrastreiche Glanzkopien. Das Format ist weniger wichtig, da die meisten Zeitungen über Vergrößerungs- und Verkleinerungsapparate verfügen, die Bilder dürfen allerdings nicht zu klein sein (geeignet zum Beispiel 9 x 13 oder 13 x 18 cm). Zu jedem Bild gehört eine Legende, die der Einsender zu verfassen hat. Legenden sollen kurz und aussagekräftig sein. Wird ein Bild ohne zusätzlichen Kommentar eingesandt, so wird die Legende am besten wie ein sogenannter Vorspann nach der Regel der «6 W» aufgebaut (vergleiche 3.3).

3.2 Titel

Titel sollen bereits auf der Redaktion Interesse am Beitrag wecken und sollen deshalb in Form eines Schlagworts, eines im positiven Sinn provokativen Ausdrucks formuliert sein. Über den Anlass oder Inhalt des Artikels orientiert die sogenannte Spitzenmarke, kleingedruckt über dem Titel. Für diese sowie eine allfällige Anpassung des Titels ist in der Regel die Redaktion selber besorgt.

Ein Beispiel: Jedes Jahr veröffentlicht das Bundesamt für Statistik gleichzeitig mit dem Erscheinen der Forststatistik ein Pressebulletin. Über den recht nüchternen, zahlenschweren Text setzen die Redaktoren Titel wie «der Eigenverbrauch wird nicht gedeckt» (Walliser Bote) oder «über sieben Millionen Bäume gefällt» (Tages-Anzeiger, Bund, Basler- und Berner-Zeitung). Derartige Formulierungen wecken viel eher das Interesse des Lesers als zum Beispiel «Ergebnisse der Forststatistik».

3.3 Aufbau eines Artikels

Besondere Ansprüche werden von den Redaktionen an die Gliederung des Textes gestellt. Der erste Abschnitt gilt als «Vorspann» oder «Lead» und erscheint in den Zeitungen in der Regel fettgedruckt. Er soll eine kurze Übersicht über den Inhalt des Artikels bieten und zur Lektüre desselben anregen. Eine einfache Faustregel («6 W») hilft, an das Wesentliche zu denken: Der erste Abschnitt soll auf die sechs Fragen antworten:

wer?

wo?

was?

warum?

wann?

wie?

Der Umfang des Vorspanns soll nur 2 (bis 3) Sätze umfassen.

Der Aufbau des Artikels muss anderen Anforderungen genügen als zum Beispiel ein Schulaufsatz oder ein Roman. Wird dort die Spannung bis zum Schluss aufrechterhalten, so hat der Zeitungsleser längst mit Lesen aufgehört, wenn er nicht schon zu Beginn Wesentliches erfährt. Höhepunkte gehören deshalb an den Anfang des Artikels. Dafür gibt es noch einen zweiten, sehr praktischen Grund: Bei der Gestaltung einer Seite stellen sich dem Redaktor immer wieder Platzprobleme. Er muss deshalb einzelne Artikel kürzen, und dies geschieht im üblichen Zeitdruck der Redaktionsarbeit meist mit der Schere: Der unterste oder die beiden untersten Abschnitte werden abgehauen. Enthalten nun diese gerade die wichtigste Information, so ist der ganze Aufwand umsonst gewesen. *Empfehlenswert ist folgender Aufbau:*

1. Höhepunkte
2. Nähere Umstände
3. Einzelheiten.

Ein Beispiel: Eine Berichterstattung von einer Gemeindeversammlung wird kaum sehr weit gelesen, wenn sie sich am chronologischen Hergang orientiert. Richtig ist es, zuerst die wichtigsten Beschlüsse festzuhalten, dann die interessantesten Argumente der Diskussion zu beschreiben und — vielleicht noch — am Schluss die Begrüssung durch den Präsidenten oder eine Bemerkung zum Protokoll zu erwähnen.

Artikel, die länger sind als 1 1/2 Schreibmaschinenseiten, werden mit Vorteil mit der Redaktion vorgängig abgesprochen, da sie in der Zeitung überdurchschnittlich viel Platz beanspruchen.

3.4 Die Sprache eines Artikels

Die verwendeten Ausdrücke müssen dem Wissensstand des durchschnittlichen Lesers angepasst sein. Je nach Zusammenhang ist dieser bereits mit Ausdrücken wie Bestand, Verjüngung, Nutzung, Erschliessung überfordert. Als konkretes Beispiel seien wiederum die Pressemitteilungen zur Forststatistik genannt: Seit Jahren wird die jährliche Nutzungsmenge in Kubikmetern angegeben. Diese Einheit entspricht jedoch kaum dem Vorstellungsvermögen des forstlichen Laien. Deshalb wurde dieses Jahr die Nutzungsmenge über einen geschätzten Mittelstamm in Einzelbäume umgerechnet: 7 Millionen Bäume geschlagen — ein Bild, das wohl auch dem Laien etwas aussagt. Erfolg: Überdurchschnittlich hohe Abdruckzahlen (total 18 Zeitungen mit einer Gesamtauflage von über 840 000 Exemplaren).

Ein weiteres sprachliches Detail: Stets in der dritten Person schreiben! Die Redaktion und der Leser sind an möglichst objektiver Berichterstattung interessiert, Gefühle und Meinungen des Autors sind im allgemeinen weniger gefragt (Ausnahmen zum Beispiel Interviews, Leserbriefe).

Ein Beispiel: «Als betroffener Kreisoberförster wehre ich mich entschieden gegen die geplante Rodung» tönt zu persönlich. Besser wäre: «Der zuständige Kreisoberförster nimmt gegen die geplante Rodung Stellung». Allgemein gilt, dass Kommentare mit allzu subjektivem Anstrich Gefahr laufen, von den Redaktionen nicht angenommen zu werden oder im Falle einer Veröffentlichung gar kontraproduktive Wirkung hervorzurufen.

4. Ein kleiner, aber regelmässiger Zeitaufwand genügt

Wichtiger als eine stilistisch ausgefeilte mehrspaltige Publikation pro Jahr ist eine kontinuierliche Aufklärung der Öffentlichkeit. In kleinen Schritten soll die Bevölkerung auf forstliche Zusammenhänge und forstpolitische Ereignisse aufmerksam gemacht werden. Mit regelmässigen Vororientierungen und Erklärungen wird im allgemeinen beim Leser mehr erreicht als mit Reaktionen aus der Defensive. Dem ständig unter Zeitdruck stehenden Forstmann bieten sich drei Möglichkeiten:

- Eine Foto, mit einer aussagekräftigen Legende versehen, genügt oft voll-
auf, um ein wichtiges Ereignis publik zu machen oder einen einfachen
Sachverhalt zu erklären. Foto, Legende und Absender in einen Umschlag
stecken und an die gewünschten Redaktionen senden.
- Sporadische Telefongespräche mit dem Lokalredaktor genügen oft, des-
sen Interesse an forstlichen Problemen der Region wachzuhalten. Ein
regelmässig betreuter Redaktor ist genügend motiviert und in der Lage,
selbständig forstliche Berichte zu verfassen. Er muss einzig im richtigen
Moment auf geeignete Gelegenheiten aufmerksam gemacht und mit
gezielt ausgewählten Unterlagen bedient werden.
- Öffentlichkeitsarbeit kann als Aufgabe einem speziell ausgebildeten Mit-
arbeiter übertragen werden. Selbstverständlich muss diesem auch entspre-
chend Zeit für die Erledigung dieses Auftrags eingeräumt werden.

Die interkantonale Försterschule Maienfeld hat 1979 einen praxisbezoge-
nen Weiterbildungskurs zum Thema «Forstbetrieb und Öffentlichkeitsarbeit»
angeboten. Den Teilnehmern wurde gezeigt, dass die Information der Bevöl-
kerung nicht nur eine Aufgabe für Spezialisten ist, sondern dass *jeder* Forst-
mann Öffentlichkeitsarbeit betreiben kann — und soll!

5. Der Kontakt zur Lokalpresse

Bei jeder Publicitas-Niederlassung sind sogenannte Pressekalender erhält-
lich. Darin sind alle Tages- und Fachzeitungen einer Region aufgezählt und
wertvolle zusätzliche Angaben enthalten wie Auflage, Erscheinungsort, Ver-
breitung, Erscheinungsdaten sowie Art und politische Tendenz.

Im Prinzip ist es nicht notwendig, einen Redaktor persönlich zu kennen.
Beiträge können mit der Post an die Adresse der Redaktion geschickt wer-
den. Dennoch empfiehlt es sich aus verschiedenen Gründen, mit einzelnen
Redaktoren persönlich Kontakt aufzunehmen.

- Vom Redaktor können die speziellen Wünsche der Zeitung in Erfahrung
gebracht werden.
- Beiträge können kurz vorangemeldet und vorbesprochen werden.
- Auf der Redaktion kann persönliches Interesse für forstliche Probleme
gewonnen werden.
- Der Redaktor lernt einen forstlichen Gewährsmann kennen, mit dem er
im Bedarfsfall Rücksprache nehmen kann.

Persönliche Kontakte mit Redaktoren erhöhen die Abdruckchancen und
helfen, Fehlinformationen zu vermeiden.

Bei einer Tageszeitung ist meist im Verlaufe des Nachmittags Redaktions-
schluss. Zu dieser Zeit stehen die Redaktoren unter starkem Zeitdruck. Für

eine erste Kontaktnahme empfiehlt es sich deshalb, eher am Vormittag anzurufen.

Eine andere Möglichkeit zur persönlichen Kontaktaufnahme mit den Redaktoren sind Begehungen oder Pressekonferenzen im Wald. Diese sollen frühzeitig und allen Zeitungen in der Region angezeigt werden.

Einfache Mitteilungen sind immer an alle in der Region ansässigen Zeitungen zu richten. Ebenso soll beim Erteilen von Auskünften keine bestimmte Zeitung bevorzugt behandelt werden. Benachteiligte Redaktoren können kontraproduktiv wirken. Diese Grundhaltung schliesst selbstverständlich nicht aus, dass interessierte Redaktoren besonders intensiv betreut oder für bestimmte Zeitungen Exklusivartikel verfasst werden.

6. Forstliche Themen sind aktuell!

Das Bundesamt für Forstwesen erfasste in der Periode vom 1. September 1978 bis 31. August 1979 mit einer systematischen Presseauswertung in der Deutschschweizer Tagespresse über 1350 Meldungen zu forstlichen und holzwirtschaftlichen Themen. Davon sind rund 30 % kurze Notizen, 40 % längere Artikel und 30 % bebilderte Beiträge unterschiedlicher Länge. In diesen Zahlen noch nicht enthalten sind die Beiträge des Lignum-Pressedienstes (1978: 360 erfasste Veröffentlichungen in Tageszeitungen). Das heisst: Täglich erscheinen in der Deutschschweizer Tagespresse durchschnittlich über 4 Beiträge, davon einer mit Bild, zu forstlichen und holzwirtschaftlichen Themen. Das Interesse der Redaktionen an forstlichen Beiträgen ist offensichtlich gross.

Die vom Bundesamt für Forstwesen ausgewerteten Beiträge verteilen sich wie folgt auf nachstehende Themenkreise:

Versammlungen, Projektgenehmigungen	31 %
Rodungen, Wald und Raumplanung	19 %
Exkursionen, Waldumgänge	14 %
Holzmarkt, Holzwirtschaft	13 %
Holzverwertung	10 %
Waldarbeit, Waldpflege, Holznutzung	8 %
Erholungseinrichtungen	3 %
Waldkatastrophen	2 %

Diese Verteilung ist zur Hauptsache bestimmt durch Aktualitäten, die für die Redaktion als solche erkennbar sind (zum Beispiel Gemeindeversammlungen), das Angebot der Agenturen und das Interesse der Redaktionen. Forstliche Kreise können durch ein erhöhtes und gezieltes Angebot an

eigenen pressefertigen Beiträgen und geeignetem Dokumentationsmaterial die Verteilung der Themen und die forstpolitische Qualität der Beiträge beeinflussen. Ein Vergleich der Einstellung der Bevölkerung mit den Zielen der Forstpolitik kann Aufschluss geben, welche Themen speziell gefördert werden sollen. Als Randbedingung ist die Pressetauglichkeit der einzelnen Themen zu werten.

6.1 *Versammlungen, Projektgenehmigungen*

Dieser bei den Redaktionen beliebteste Themenbereich umfasst fast $\frac{1}{3}$ aller forstlichen Beiträge. Im Vergleich mit den übrigen Themen weist dieser Bereich die höchste Anzahl kurzer Notizen (40 %) und die geringste Anzahl Bilder (16 %) auf, das heisst, es überwiegen Darstellungsformen mit relativ geringer Anziehungskraft auf den Leser.

Dieser Themenkreis betrifft forstpolitisch wichtige Punkte wie die wirtschaftliche Lage der Forstwirtschaft (zum Beispiel Rechnungsabschlüsse einzelner Betriebe) und die Erschliessung der Wälder (zum Beispiel Beitragsgenehmigungen an Projekte).

Die Bevölkerung misst dem Wald als wirtschaftlichem Faktor heute relativ geringe Bedeutung zu. Weniger als ein Drittel der Bevölkerung begrüsst den Bau zusätzlicher Strassen zur besseren Nutzung der Wälder (Hertig, 1979). Hier besteht eine Diskrepanz zwischen der Einstellung der Bevölkerung und den forstpolitischen Zielen der eidgenössischen und kantonalen Gesetzgebung sowie der Waldbesitzer.

Das Interesse der Redaktionen für offizielle Anlässe und Entscheide macht sie empfänglich für zusätzliche Informationen. Eine Aufwertung der Beiträge aus forstlicher Sicht wäre zu erreichen über die Darstellung des Einzelfalls im höheren Zusammenhang und eine Erhöhung des Anteils der Bilder. Dies kann von forstlicher Seite ohne grossen Aufwand geschehen.

Zwei Beispiele, die anlässlich einer Gemeindeversammlung denkbar sind:

- Die Gemeinde hat über einen Kredit für eine Waldstrasse zu beschliessen.
Tip: Einige Tage vor der Versammlung eine Foto an die Redaktionen der Regionalzeitungen senden mit dem Vermerk: «Betrifft: Gemeindeversammlung . . ., Traktandum . . .». Zur Foto gehört eine kurze Legende, die das Ziel der Walderschliessung im generellen und im speziellen Fall erklärt, also etwa: «Die Gemeindeversammlung von . . . hat am Mittwochabend über einen Kredit zum Bau einer Waldstrasse in den . . . Wald zu beschliessen. Die Pflege dieses Waldes kann nicht mehr kostendeckend durchgeführt werden, wenn nicht die Zufahrt für die Waldarbeiter und der Abtransport des geschlagenen Holzes erleichtert wird. Unser Bild zeigt den heute stark vernachlässigten . . . Wald» (oder eine beispielhaft gebaute Strasse in der Gegend usw.).

- Der Gemeinde wird die Rechnung des Forstbetriebs vorgelegt. Zahlen — eine trockene Sache für Berichterstatter und Leser. Eine rechtzeitig eingesandte Foto eines schönen Loses Holz, einer getätigten Investition, eines Waldarbeiters an der Arbeit, dazu ein kurzer Kommentar, der den Zusammenhang zwischen Bild und der wirtschaftlichen Lage des Betriebes herstellt, wird dem Lokalredaktor eine willkommene Hilfe sein.

6.2 Rodungen, Wald und Raumplanung

In diesem Themenkreis wird der Wald in Beziehung mit anderen Bodennutzungsformen betrachtet, was das recht grosse Interesse der Redaktionen teilweise zu erklären vermag.

Die mit einer Meinungsumfrage erhaltenen Resultate bezüglich Unterstützung der Walderhaltungspolitik durch die Bevölkerung sind mit Vorsicht zu interpretieren und dürften einen wesentlichen Grund in einer offensichtlichen Fehleinschätzung der Entwicklung der Waldfläche in den vergangenen 20 Jahren haben (Graf, 1979). Der Gedanke der Walderhaltung ist aber einer der Grundpfeiler der schweizerischen Forstpolitik.

Wo sich nichtforstliche Interessen am Wald zeigen, darf die Betreuung der Presse nicht allein jenen Kreisen überlassen werden. Forstleute und Waldbesitzer müssen sich vermehrt bemühen, auch die forstlichen Argumente der Bevölkerung zugänglich zu machen.

In kleinen Fällen ist ein Bild des Konfliktorts mit einem Kommentar zur Art der Bedrohung, Konsequenz einer Rodung, zu möglichen Kompromissen usw. oder ein entsprechender Artikel angezeigt.

Bei grösseren Anlässen können die Pressevertreter mit einer Einladung zur Diskussion an Ort und Stelle und mit geeigneten Unterlagen (Foto, wichtigste Zahlen und Beschlüsse sowie Kurzkomentar schriftlich) zur Berichterstattung angeregt werden.

6.3 Exkursionen, Waldumgänge

Im Sommer und Herbst sind Beiträge über Exkursionen und Waldumgänge bei der Lokalpresse sehr beliebt. Mit 40 % ist der Anteil der illustrierten Beiträge bei diesem Themenkreis überdurchschnittlich hoch. Sehr häufig werden die Berichte vom Lokalredaktor verfasst. Es lohnt sich, die Presse speziell einzuladen und ihr gezielt einige Unterlagen zur Verfügung zu stellen.

Ein Redaktor verfügt in den seltensten Fällen über eine forstliche Ausbildung. Er wird deshalb bei der Berichterstattung mit den forstlichen Erläuterungen teilweise Mühe bekunden und es bevorzugen, über das Rahmenprogramm zu schreiben und bratwurstkauende Prominenz zu fotografieren. Es ist für den Redaktor eine Hilfe, wenn er die wesentlichen Daten und Aus-

sagen schriftlich erhält, ebenso eine oder zwei forstliche Fotos mit aussagekräftigen Legenden.

6.4 Holzmarkt, Holzwirtschaft

Die Berichte in den Tageszeitungen konzentrieren sich auf Herbst (Marktbeginn) und Frühling (Saisonschluss) und beschränken sich in 43 % der Fälle auf eine kurze Notiz. Reine Marktinformationen wecken kaum das Interesse des durchschnittlichen Lesers einer Tageszeitung. Dieser schätzt die wirtschaftliche Bedeutung des Waldes ohnehin als relativ gering ein (Hertig, 1979).

Bedeutende wirtschaftliche Zusammenhänge (wie etwa das Zusammenspiel von Holzpreisen und Nutzungsmenge = Waldpflegeintensität) sind deshalb in für den Leser attraktiveren Themenkreisen zu beleuchten.

6.5 Holzverwertung

Regelmässig über das ganze Jahr verteilt sind die Berichte über die Verwertung des Holzes. Dieser Themenkreis — im Zusammenhang mit Rohstoff- und Energieknappheit besonders aktuell — eignet sich ausgezeichnet, um beim Leser die Aufnahmebereitschaft für wirtschaftliche Meldungen zu fördern, kann doch ein Zusammenhang nachgewiesen werden zwischen der Intensität der Beziehung des Bürgers zum Holz und seiner Wertschätzung des Waldes als Wirtschaftsfaktor (Hertig, 1979).

Aktuelle Anlässe lassen sich leicht finden, etwa eine Holzgant, ein interessantes Holzbauwerk in der Region, neue Holzheizsysteme usw. Wenige Worte genügen, um auf die Bedeutung und Vorzüge des Holzes hinzuweisen und gleichzeitig zu erwähnen, wie viele Bäume benötigt wurden, woher das Holz stammt, wieso gerade dort Holz geschlagen wurde, welche wirtschaftlichen Schwierigkeiten im Wald und in der Holzwirtschaft bestehen usw. Der Themenkreis Holzverwertung kann zudem leicht und eindrucksvoll illustriert werden.

6.6 Waldarbeit, Waldpflege, Holznutzung

Der geringe Anteil der Meldungen zu diesen Themen erstaunt, ist doch das Echo aus der Bevölkerung auf Holzschläge vor allem im stadtnahen Wald häufig recht gross. Die Zerstörung des tropischen Regenwaldes genießt bei uns grosse Publizität (zum Beispiel Martin, 1979). Das Hauptproblem im Schweizer Wald dagegen, die vielerorts festgestellte Unternutzung und drohende Überalterung, wird in der Presse praktisch nie erwähnt oder gar erklart. Es handelt sich dabei wohl um ein Problem, das auch den Zeitungsredaktionen gar nicht richtig bekannt ist. Hier *muss* also der Impuls von forstlicher Seite her kommen.

Einen möglichen Ansatzpunkt bilden die jährlichen Holzschläge. Oft zeigt sich der mangelhafte Informationsstand der Bevölkerung an den Reaktionen ungehaltener Spaziergänger, in Telefonanrufen und Leserbriefen. Wirksamer als eine erzwungene Reaktion wäre es, zu Beginn der Holzereisaison den Zeitungen der Region einen Kommentar zu den wichtigsten geplanten Holzschlägen zu schicken, wenn immer möglich mit einer Foto, um die Attraktivität des Beitrags zu erhöhen. Kurze Erklärungen interessieren den Leser: Wann dieser Wald zum letzten Mal gepflegt wurde, wie er sich ohne den geplanten Eingriff entwickeln würde, wie lange es geht, bis das geschlagene Holz nachgewachsen ist, welche speziellen Probleme sich beim Holzschlag ergeben (zum Beispiel wegen fehlender Erschliessung) usw.

Ein anderer Ansatzpunkt ist die festgestellte Meinung von 80 % der Bevölkerung, der Wald müsse sorgfältig gepflegt werden, damit er seine Aufgaben erfüllen könne (Hertig, 1979). Die gleiche Meinungsumfrage zeigt, dass grosse Teile der Bevölkerung unter dem Begriff «Waldpflege» aber etwas anderes verstehen als die Forstleute, nämlich das Wegräumen von herumliegendem Holz und Abfällen. Zudem ist die Bevölkerung nur ungenau orientiert über die Aufgaben des Försters. Ein Bild mit Kommentar kann den Leser auf die Art und den Sinn derjenigen Waldarbeiten hinweisen, die er gerade jetzt als Spaziergänger im Wald beobachten kann.

7. Zusammenfassung

- Die Tageszeitungen als wichtiges Medium mit Breitenwirkung leben in zunehmendem Mass von der Berichterstattung aus der Region. Bei ihrer Betreuung fällt deshalb dem in der Gegend tätigen Forstmann eine wichtige Rolle zu, in Ergänzung zum geplanten zentralen forstlichen Informationsdienst.
- Die Redaktoren beschäftigen sich mit sehr vielen verschiedenen Fachgebieten. In der Regel sind sie dort dankbar für Hilfeleistungen, wo für sie der persönliche Aufwand im einzelnen Sachgebiet zu gross wird: Hinweise auf aktuelles forstliches Geschehen, Dokumentation mit pressegerechten Beiträgen oder geeigneten Unterlagen, fachtechnische Beratung bei forstlichen Berichterstattungen usw. Ein Telefonanruf kann genügen, um die Wünsche und Ansprüche der Redaktionen genauer kennenzulernen.
- Forstliche Themen lassen sich für den Redaktor und den Leser aktuell gestalten. Bei der Wahl der Themen ist besonders auf Diskrepanzen zwischen der Einstellung der Bevölkerung (vergleiche Hertig, 1979) und den Zielen der Forstpolitik zu achten.

«Zur Schwäche gehören der Mut und die Klugheit» (Bosshard, 1978).
Haben wir den Mut, unsere Tätigkeit, unsere Argumente, unsere Ziele

für die Bevölkerung sichtbar zu machen, unseren Standpunkt zur Diskussion zu stellen! Haben wir die Klugheit, Reaktionen aus der Bevölkerung zur Überprüfung unseres Standpunktes anzunehmen! Und haben wir die Ausdauer, uns nicht durch Misserfolge in der Pressearbeit entmutigen zu lassen!

Résumé

Le forestier-praticien et son action auprès de la presse

- Tous les quotidiens, ces importants medias à large diffusion, vivent de plus en plus de comptes rendus régionaux. Par conséquent, le forestier travaillant dans la région joue en l'occurrence un rôle important et complète le service forestier d'information central, qu'il est envisagé de créer.
- Les rédacteurs s'occupent de domaines techniques très nombreux et variés. Ils sont en général reconnaissants de toute aide qui leur est apportée, surtout là où ils seraient personnellement trop mis à contribution pour traiter un sujet spécial. *Signaler* des événements forestiers d'actualité, *documenter* au moyen d'articles adéquats ou de «papiers» appropriés, *fournir des conseils* techniques lors de comptes rendus forestiers, etc. Un coup de téléphone suffit pour connaître ce que désirent et exigent les rédactions.
- Des thèmes forestiers peuvent avoir un caractère d'actualité pour le rédacteur et le lecteur. Lors du choix des thèmes, il faut tenir compte en particulier des divergences qui existent entre l'attitude du public (cf. Hertig, 1979) et les objectifs de la politique forestière.

Traduction: I. Müller

Literatur

- Bosshard, W.: Zur Schwäche gehören der Mut und die Klugheit — oder die politische Ohnmacht des Waldes, Schweiz. Zeitschrift für Forstwesen Nr. 12/1978, S. 953 ff.
- Bündner Zeitung, Redaktion der: Einführung in den praktischen Journalismus, Chur, 1975.
- Graf, R.: Wie der Bürger den Wald sieht, Wald und Holz Nr. 11/12 1978/79, S. 585 ff. und La forêt no 10/1979, p. 342 et suiv. (frz.).
- Hertig, H.-P.: Die Einstellung der Bevölkerung zu Problemen des Waldes und der Waldwirtschaft, Schweiz. Zeitschrift für Forstwesen Nr. 8/1979, S. 591 ff.
- Martin, C.: Teufelskreis in Westafrika, Die Weltwoche Nr. 23/1979, S. 51.