

Zeitschrift: Schweizerische Zeitschrift für Forstwesen = Swiss forestry journal = Journal forestier suisse

Herausgeber: Schweizerischer Forstverein

Band: 171 (2020)

Heft: 6

Vorwort: Man kann nicht nicht kommunizieren... = On ne peut pas ne pas communiquer...

Autor: Schurr, Christoph

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: 02.05.2026

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

Man kann nicht nicht kommunizieren ... On ne peut pas ne pas communiquer ...

Christoph Schurr Hochschule für Forstwirtschaft Rottenburg (DE)



... sagt uns der Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick. Pausenlose Kommunikation zwischen Bürgern und Betrieben, Interessengruppen und Politik kennzeichnet den gesellschaftlichen Diskurs und ist unabdingbar, um den politischen Prozess mitzugestalten.

Dabei sind sachliche Informationen und Argumente zwar wichtig, reichen aber längst nicht aus. Um die Adressaten zu erreichen, müssen die eigenen Botschaften in attraktive Formen und spannende Geschichten verpackt werden. Da Kommunikation allerdings in zwei Richtungen läuft, ist es ebenso wichtig, den Adressierten zuzuhören und auf ihre Botschaften einzugehen. Das ist aufwendig, denn elektronische Kommunikationskanäle öffnen heute den Diskussionsraum für eine bunte Vielfalt von Meinungen auch neben den klassischen Medien.

Die Forstwirtschaft ringt mit dieser neuen Kommunikationswelt. Langfristig ausgerichtetes, wissensbasiertes Handeln bringt keine Schlagzeilen im Alltag. Der lange Zeit im Wald allein zuständige Berufsstand tut sich schwer mit der Öffnung für die Vorstellungen forstlich nicht ausgebildeter Menschen zum Wald, von Berufskollegen mit abweichenden Ideen ganz zu schweigen. Die forstliche Best Practice, der Kompromiss zwischen widerstreitenden ökonomischen, ökologischen und sozialen Zielen ist schwer zu vermitteln, denn damit sind stets Abstriche bei den einzelnen Zielen verbunden.

Vor diesem Hintergrund will dieses Schwerpunktheft Anregungen zur Weiterentwicklung forstlicher Kommunikation geben. Wissenschaftliche Stimmen äussern sich zum Überdenken von Zielen, Inhalten und Formen der Kommunikation ebenso wie zum besseren Verständnis, zur Evaluation und damit zur Verbesserung kommunikativer Prozesse. Die Praxis entwickelt spannende Ansätze jenseits von Waldführungen und bunten Broschüren, um mit forstlichen Themen unterschiedlichste Zielgruppen zu erreichen und mitzunehmen. Schliesslich sollten wir auch dem Rat professioneller Informationsvermittler Gehör schenken, die ihr Ohr nahe an der Öffentlichkeit haben.

Unser Wald braucht erfolgreiche Kommunikation, mehr denn je. ■

... nous dit le scientifique en communication Paul Watzlawick. La communication continue entre des citoyens et des entreprises, entre des groupes d'intérêt et la politique caractérise le discours social et est essentielle pour participer au processus politique.

Aussi importants que sont les informations et les arguments factuels, ils ne sont pas suffisants. Afin d'atteindre les destinataires, nos propres messages doivent être présentés sous des formes attractives et des histoires passionnantes. La communication cependant a deux directions. Il est donc tout aussi important d'écouter les destinataires que de répondre à leurs messages. Ça prend du temps, car les canaux électroniques de communication ouvrent désormais l'espace de discussion à une variété très diverse d'opinions aux côtés des médias traditionnels.

La foresterie a ses difficultés avec ce nouveau monde de la communication. Leur action à long terme, basée sur des connaissances scientifiques, ne fait pas les gros titres. La profession, qui pendant longtemps s'est sentie seule responsable de la forêt, peine à s'ouvrir aux idées de personnes non formées en foresterie; elle souffre particulièrement lorsque des collègues expriment des idées non conformes. La meilleure pratique forestière, qui est souvent le compromis entre des objectifs contradictoires économiques, écologiques et sociaux, est difficile à transmettre, car ce compromis implique toujours de compromettre l'optimum de l'objectif singulier.

Dans ce contexte, ce numéro spécial vise à donner des suggestions pour le développement de la communication du secteur forestier. Des voix scientifiques s'articulent pour repenser les objectifs, le contenu et les formes de communication. Elles s'expriment également sur une meilleure compréhension, sur l'évaluation et l'amélioration des processus de communication. Les praticiens développent des approches nouvelles au-delà des visites guidées de la forêt et des brochures colorées. Tout afin d'atteindre et d'emporter une grande variété de groupes cibles avec des sujets forestiers. Enfin, nous voulons écouter aussi le conseil de fournisseurs professionnels d'informations, qui ont l'oreille proche du public.

Notre forêt a plus que jamais besoin d'une communication réussie. ■