

Heimat taugt als Werbeträger

Regionalität stand beim diesjährigen Waldtag in Freising im Mittelpunkt. Die Vertreter der Bayerischen Forstwirtschaft (VBF) wollten wissen, ob sich die auch in ihrer Branche als Marketinginstrument nutzen lässt. Hier die Antworten.

Alle zwei Jahre organisieren die „Vertreter der Bayerischen Forstwirtschaft“ (VBF) – das sind 21 Organisationen aus der bayerischen Forstbranche – den Waldtag, um sich zur „Weihenstephaner Erklärung“ von 2008 zu bekennen und gleichzeitig wichtige und aktuelle Themen zu beleuchten. „Regionalität in der Holz- und Forstwirtschaft“ stand dieses Mal im Mittelpunkt. In einer gemeinsamen Botschaft haben die VBF die Chancen für Forst & Holz durch Regionalität und den Mehrwert von heimischem Holz unterstrichen. Alle Mitglieder der VBF hatten einen Vertreter zum diesjährigen Waldtag entsandt, freute sich deren Sprecher Horst Gleißner, der insgesamt mehr als 200 Teilnehmer beim Waldtag begrüßen konnte.

Dass regionale Prozesse durch das LEADER-Programm erfolgreich gefördert werden können, zeigte Dr. Joachim Först am Beispiel der lokalen LEADER-Aktionsgruppe (LAG) Wein, Wald, Wasser e.V. auf, deren Geschäftsführer er ist. In dieser Aktionsgruppe haben sich 28 Gemeinden mit rund 112.000 Einwohnern in Unterfranken nahe Würzburg zusammengeschlossen. Bürgerinnen und Bürger, Interessengruppen, Fachverbände und Wirtschaftsunternehmen gestalten gemeinsam die Entwicklungskonzepte für die Region. Spielte dabei anfangs der Forstsektor keine große Rolle, so hat sich dies mit dem Projekt „Waldlebenszentrum Gramschatzer Wald“ entscheidend geändert. Heute ist die Vernetzung von LAG und Forstwirtschaft von großem Vorteil für beide Seiten.

Die LAG habe Augen und Türen für neue Projekte, die im Sinne von Gemeinsamkeit zum Wohle der Region umgesetzt würden und aktiv zu ihrer Vernetzung beitragen, erklärte Wolfgang Graf. Er ist Leiter des 2007 eröffneten Waldlebenszentrums, das inzwischen mit über 20.000 Besuchern im Jahr zu einem Magneten in der Region geworden ist.

Ernst Joßberger, Bürgermeister von Güntersleben im Landkreis Würzburg und Vorsitzender des Interkommunalen Arbeitskreises in der LAG, zeigte, wie unterschiedliche Partner kooperieren und letztlich voneinander profitieren können. Sein Fazit: „Der Aufwand für den Willen des Austausches und der Zusammenarbeit von Kommunen, Behörden, Institutionen, Sozialpartnern und Firmen auf regionaler Ebene lohnt sich, weil man sich kennenlernt, aufeinander zugeht, Probleme konstruktiv lösen und die Region gemeinsam weiterentwickeln möchte.“

Dazu die VBF in ihrer Botschaft:

„Wir ermutigen die Träger von regionalen Prozessen, aktiv auf den Sektor Forst & Holz zuzugehen, und die Politik und die Verwaltung, soweit nötig, als Katalysator und Unterstützer tätig zu werden.“

Die VBF empfehlen auch, bei der Vermarktung von Holz die Regionalität stärker in den Vordergrund zu stellen, denn „sie weckt Emotionen, schafft Vertrauen und positive Kaufentscheidungen“. Dazu ermunterte auch Prof. Dr. Jutta Roosen, Leiterin des Lehrstuhls für Marketing und Konsumforschung an der TU München-Weihenstephan. Regionalität sei ein starkes Marketinginstrument, wie die Erfahrungen aus dem Lebensmittelbereich zeigen.

Mit Holz „aus der Region für die Region“ lasse sich dies auch auf die Forstwirtschaft übertragen und ein Mehrwert für heimisches Holz erzielen. „Naturräumliche Regional-

konzepte lassen sich dabei leicht mit Bildern von Natürlichkeit verbinden und kulturelle Ansätze können Assoziationen von Bräuchen und Tradition wecken“, so Roosen.

Dass Naturschutz und Holzverwendung kein Widerspruch sind, machten Metzgermeister Alfons Schinabeck und Sägewerksbesitzer Michael Segl deutlich. Sie sind der 1. bzw. 2. Bürgermeister der Nationalpark-Gemeinde Neuschönau im Bayerischen Wald und zeigten, dass Holz aus der Region gleichermaßen die Holzverarbeiter und die Endkunden für einheimische Produkte und nachhaltige Forstwirtschaft sensibilisieren kann.

„Das PEFC-Regionallabel ist eine Umsetzungsmöglichkeit von global denken und lokal handeln“, erklärte Wilfried Stech, Geschäftsführer und Auditor von der HW-Zert GmbH. Das Label ist eine gute Chance für

Einzelunternehmen und Netzwerke, in einem weltweit anerkannten System ihre eigene Stärke zu nutzen.

Erfolgreich umgesetzt wurde das Konzept bereits im Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen, der zu 60 % bewaldet ist und bis 2035 energieautark sein will, wie Johann Killer, 1. Vorsitzender der WBV Wolfratshausen, berichtete. „Mit dem Label ‚Heimisches Holz aus dem Bayerischen Oberland‘ sehe ich die Chancen, dass die Wertschöpfung vom Waldbesitzer über die Säger bis hin zum Zimmermann und sonstigen Holzverarbeitern in der Region bleibt“, so Killer. Und er ist überzeugt, dass nur durch Nutzung von Holz ein stabiles und vielfältiges Ökosystem und dadurch ein ansprechender Naherholungsraum geschaffen wird.

Als Gastredner stellte Christoph Starck, Direktor der Lignum-Holzwirtschaft Schweiz, das seit 2007 bestehende Herkunftszeichen „Schweizer Holz“ vor: „Das Herkunftszeichen ist ein Instrument, mit dem wir die Holzanwender für das einheimische Produkt sensibilisieren können. Dem Konsumenten ist es zunehmend wichtig zu wissen, woher die Produkte kommen, die er einkauft.“

Ludwig Holly



Einigkeit macht stark: Zusammen mit Helmut Brunner (Mitte) bekräftigten die „VBF“ die „Weihenstephaner Erklärung“ und gaben eine gemeinsame Botschaft zur Regionalität in der Forst- und Holzwirtschaft ab.

Bekenntnis zu Wald und Holz

Die Walddage sind ein wichtiges Instrument, um bei bedeutenden forst- und gesellschaftlichen Fragen den gemeinsamen Kompass zu eichen, unsere Verankerung in der Mitte der Gesellschaft zu festigen und Chancen für die Zukunft zu identifizieren“, erklärte Bayerns Forstminister Helmut Brunner beim Waldtag in Freising. Ein solches Bekenntnis zum gemeinsamen Handeln von so vielen unterschiedlichen Verbänden und Vereinen sei ungewöhnlich, in Deutschland einmalig. „Es bietet eine einmalige Chance für breite Innen- und Außenwirkung“, so der Minister.

Er sieht die Wälder im Zeichen des Klimawandels als Hauptbetroffene. Um auf die Herausforderungen richtig reagieren zu können,

müssen kurz- und langfristige Strategien entwickelt werden. „Wir brauchen dazu ein Netzwerk von kompetenten Fachleuten“, betont Brunner.

Wälder seien aber auch ein Teil der Problemlösung, denn sie und das Holz speichern Kohlenstoff über lange Zeit. Brunner will sich dafür einsetzen, dass diese Leistungen und damit die Arbeit der Waldbesitzer in der nationalen und europäischen Klimapolitik in Zukunft besser gewürdigt werden. „Wenn im aktuellen Entwurf des Klimaschutzplans 2050 des Bundesumweltministeriums eine vermeintliche Wildnis fälschlicherweise pauschal mit Natur- und Klimaschutz gleichgesetzt wird, so lehne ich dies entschieden ab“, sagte Brunner.

„Unser Handeln im Wald ist richtig – wir müssen es der Gesellschaft aber auch erklären“, so der Minister. Das könnten am besten die „die kompetent, verantwortungsbewusst und mit großer Leidenschaft im Wald tätig sind, eben die Menschen, die die Vertreter der Bayerischen Forstwirtschaft (VBF) repräsentieren“.

Erfreulich ist, dass auch im Sektor „Forst & Holz“ Regionalität zunehmend als Marketinginstrument erkannt und vorangetrieben wird. Das Ministerium unterstütze die regionalen Prozesse. Innovative Ideen müssen aber aus der Branche kommen, die dazu eng zusammenarbeiten muss. „Versuchen Sie mit mir, die notwendige Öffentlichkeitsarbeit zu leisten auf der Basis der drei Säulen Ökonomie, Ökologie und Soziales“, bat Brunner die Branche.

Ludwig Holly