

Wie informieren wir uns über den Wald?

Anika Gaggermeier, Helena Eisele

Der Dialog mit der Gesellschaft ist für forstliche Akteure ein wichtiger Teil ihrer täglichen Arbeit. Die Bayerischen Staatsforsten, die Bayerische Forstverwaltung, aber auch Waldbesitzervereinigungen treten regelmäßig über ihre Öffentlichkeitsarbeit in Kontakt mit der Bevölkerung. Dabei informieren sie Bürgerinnen und Bürger über den Wald und ihre Aufgaben. Doch wie gut fühlen sich die Menschen in Bayern über den Wald aufgeklärt und welche Medien nutzen sie, um mehr über dieses Thema zu erfahren?



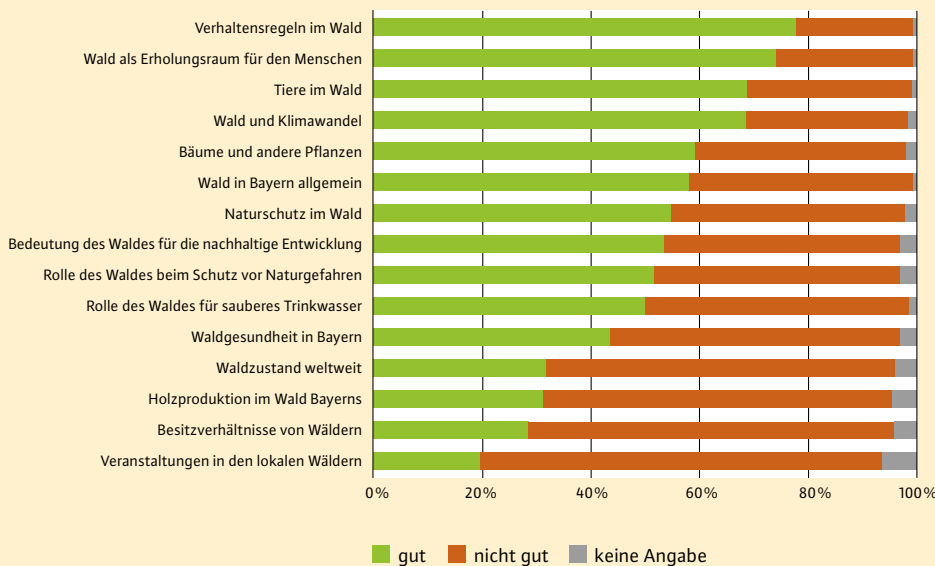
1 Im Gegensatz zu jüngeren Menschen bevorzugen ältere Menschen noch die klassischen Massenmedien wie Zeitung und Fernsehen als Informationsquelle.
Foto: J. Schubert, Kompetenzzentrum Hauswirtschaft

Im »Soziokulturellen Waldmonitoring Bayern – WaMos Bayern« wurde im Jahr 2020 in Anlehnung an Untersuchungen aus der Schweiz und Baden-Württemberg eine repräsentative Bevölkerungsumfrage von insgesamt 3.504 Personen zum Thema Wald durchgeführt. Die Studie wirft einen Blick auf das gesellschaftliche Stimmungsbild zu wichtigen forstpolitischen Fragen. Im sechsten Beitrag unserer Artikelserie »Die Bayern und ihr Wald« beschäftigen wir uns mit der Frage, wie sich die Menschen in Bayern über den Wald informieren.

Informiertheit zum Thema Wald
Fragt man die bayerische Bevölkerung, wie gut sie sich über den Wald informiert fühlt, so gibt über die Hälfte an, sie sei mit der Information zufrieden: 45% der Befragten werten ihr Wissen mit »eher gut« ein, 13% beurteilen es sogar als »sehr gut«. Demgegenüber beantworten 27% der Befragten die Frage mit »weder noch«. 15% schätzen ihre eigene Informiertheit als »eher schlecht« oder »sehr schlecht« ein.

Abbildung 2 verdeutlicht, wie die Befragten ihre Erfahrungen und Kenntnisse zu bestimmten Waldthemen einschätzen. Über die Verhaltensregeln im Wald (78%) und den Wald als Erholungsraum (74%) fühlen sich die bayerischen Bürgerinnen und Bürger gut informiert. Es folgen ökologische Aspekte wie die Tier- und Pflanzenwelt und der Klimawandel. Weiter hinten ordnen sich Themen wie die Gesundheit der bayerischen Wälder oder der Waldzustand weltweit ein. Am schlechtesten kennen sich die Befragten laut eigener Einschätzung mit der Holzproduktion in den bayerischen Wäldern (31%), den Besitzverhältnissen (29%) oder lokalen Veranstaltungen in Wäldern (20%) aus.

Worüber fühlen Sie sich gut/nicht gut informiert?



2 Überblick über die Informiertheit der bayerischen Bevölkerung zu verschiedenen Waldthemen (n = 3504)

Informationsverhalten – was ist das?
Wie Menschen Erkenntnisse verarbeiten und sie bewerten, wird seit Jahrzehnten aus dem Blickwinkel unterschiedlicher Wissenschaftsdisziplinen (z. B. Neuro-, Kommunikations-, Sozialwissenschaften, Psychologie) erforscht. Dementsprechend existiert eine Vielzahl an Erklärungen, warum Menschen sich informieren und welche Faktoren das Informationsverhalten lenken. Als Informationsverhalten wird der gesamte Prozess vom Zeitpunkt des Wunsches nach Wissen, über die Suche, die Verarbeitung bis zur Befriedigung des Bedürfnisses verstanden (Fisher et al. 2005). Das Verhältnis zwischen Mensch und Information beeinflussen soziodemographische Größen wie z. B. das Alter oder das Geschlecht (Hasebrink und Popp 2006). Es spielen aber auch individuelle Merkmale eine

Rolle, beispielsweise die Einstellung zu bestimmten Themen, das gesellschaftliche Umfeld oder die aktuelle Stimmung und Situation, in der sich eine Person befindet (Hobohm 2013).

Es lohnt sich also, die genannten Faktoren in Hinblick auf die Informiertheit der bayerischen Bevölkerung zum Thema Wald genauer zu untersuchen. Wirken sich soziodemographische Größen, aber auch individuelle Merkmale wie der Bezug zum Wald in der Kindheit auf die Einschätzungen der Gesellschaft aus?

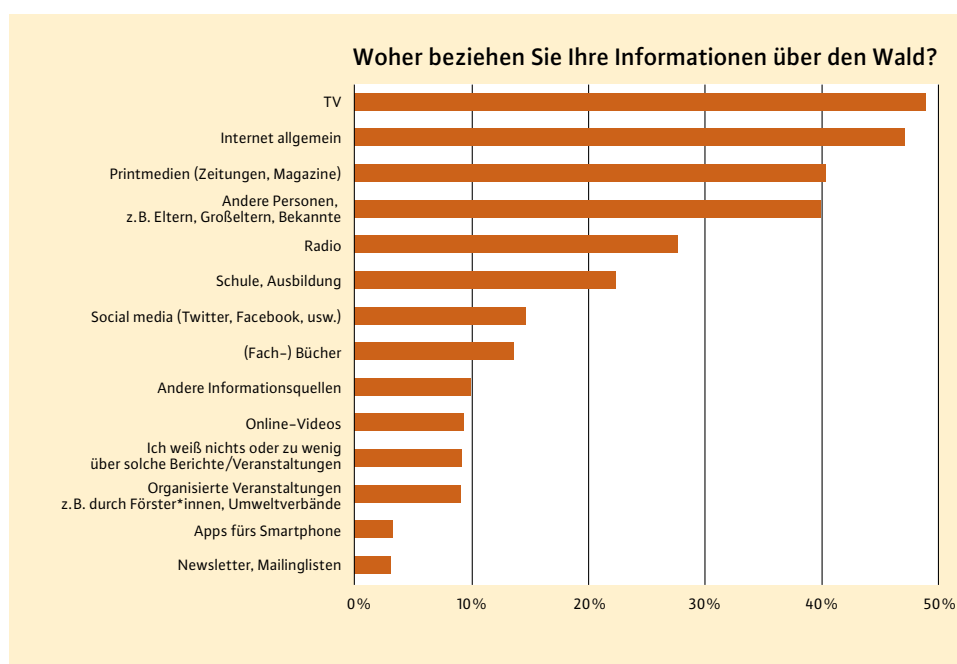
Wer fühlt sich gut, wer weniger gut informiert?

Die Ergebnisse zeigen, dass sich ältere Menschen und Männer tendenziell besser über den Wald informiert fühlen als junge Erwachsene und Frauen. Des Weiteren schätzen Waldbesitzende und Personen, die einen Beruf mit Waldbezug ausüben, ihr Wissen höher als der Rest der Gesellschaft ein – das ist wenig überraschend. Es kann davon ausgegangen werden, dass sich ein Waldberuf und -besitz auf die Intensität der Beschäftigung mit diesem Themenfeld auswirkt und so zu einer höheren subjektiven Einschätzung des eigenen Wissens führt. Die gefühlte Informiertheit hängt zudem vom Bezug zum Wald in der Kindheit ab. Je intensiver die kindliche Waldbindung war, desto höher schätzen die Befragten ihre Kenntnisse über den Wald ein. Der Einfluss der genannten Faktoren lässt sich auch bei den einzelnen Waldthemen identifizieren. Hier existieren ebenfalls Unterschiede zwischen den Altersgruppen, Geschlecht, Waldbezug in der Kindheit und Beruf sowie dem Waldbesitz. Die Urbanität, also ob jemand auf dem Land oder in der Großstadt lebt, und welche Umweltwerthaltung eine Person hat, spielen dagegen keine Rolle.

Interpretation der Befragungsergebnisse

Will man die dargestellten Ergebnisse interpretieren oder gar Handlungsempfehlungen für die forstliche Öffentlichkeitsarbeit ableiten, sind mehrere Aspekte zu berücksichtigen.

Zum einen handelt es sich bei den Antworten um subjektive Einschätzungen der Befragten. Auch wenn sich die bayerische Bevölkerung beispielsweise über das Thema Wald in Bayern oder Tiere und Pflanzen gut informiert fühlt, bedeutet das nicht, dass sie über eine nachweis-



3 Informationsquellen der bayerischen Bevölkerung zu verschiedenen Waldthemen (Mehrfachantworten möglich, n = 3504)

bare Artenkenntnis verfügt. Das messbare Wissen über bestimmte Themen kann also vom selbst eingeschätzten Informationsstand abweichen. Deshalb wurde der Wissenstand zu bestimmten Waldthemen abgefragt und von den Befragten eine Einschätzung erbeten, wieviel Prozent der Fläche Bayerns bewaldet sind. Fast ein Drittel (31%) verortet den Waldanteil in Bayern zwischen 30 und 39% und liegt mit ihrer Einschätzung damit richtig: Mit einer Waldfläche von 2,6 Millionen ha ist Bayern zu 36,9% bewaldet (LWF 2014). 25% der Befragten geben einen zu geringen, 43% einen zu hohen Flächenanteil des Waldes an. 1% macht keine Angaben.

Zum anderen lassen die Fragen offen, ob sich die Bürgerinnen und Bürger mehr Informationen über den Wald im Allgemeinen, aber auch zu spezifischen Themen wünschen. Befragte, die ihren Informationsstand zum Waldbesitz als niedrig einschätzen, haben möglicherweise ein Bedürfnis nach mehr Aufklärung zu diesem Thema, da sie am Wald und an allem, was damit zu tun hat, interessiert sind. In diesem Fall existiert eine Kluft zwischen dem vorhandenen und dem gewünschten Wissen, die sich in einem Informationsbedarf äußert. Ebenso kann das Thema Waldbesitz schon den Schwellenwert der Informationssättigung erreicht haben, weshalb kein weiteres Wissen zu diesem Thema benötigt wird. Informations-

bedarf und -sättigung beeinflussen das Informationsverhalten von Menschen (Yang et al. 2014; Griffin et al. 2004).

Welcher Informationsbedarf zum Thema Wald besteht, lässt sich aus Daten des schweizerischen »Waldmonitoring soziokulturell« (WaMos 2) ableiten. Dabei handelt es sich um eine Bevölkerungsbefragung aus dem Jahr 2010, bei der man dieselben Fragen zur gefühlten Informiertheit wie in Bayern stellte. Zusätzlich äußerten sich die Schweizer zu ihrem Informationsbedürfnis. Es zeigte sich, dass bei den Themen »Waldgesundheit« und »weltweiter Waldzustand« ein hoher Wunsch nach mehr Wissen auf eine geringe Informiertheit trifft. Ebenfalls besteht Informationsbedarf bei der Frage, wem der Wald gehört sowie bei den Themen »Trinkwasserschutz« und »Holzproduktion«. Eine gewisse Sättigung, also ein hohes gefühltes Wissen gegenüber einem geringen Informationsbedürfnis, lässt sich bei den Themen »Erholungsraum« und »Verhaltensregeln« erkennen. Aber auch beim Schutz vor Naturgefahren und bei Waldtieren scheint in der Schweiz kein zusätzlicher Informationsbedarf vorhanden zu sein (Hunziker et al. 2012).

Zwar lassen sich die Daten aus der Schweiz aus dem Jahr 2010 nicht eins zu eins auf die bayerischen Verhältnisse im Jahr 2020 übertragen, aber sie helfen bei der Einschätzung möglicher relevanter Waldthemen. Um zukünftig Handlungs-

empfehlungen für die forstliche Öffentlichkeitsarbeit in Bayern ableiten zu können, wird bei der nächsten WaMos-Erhebung zusätzlich zur wahrgenommenen Informiertheit auch das Informationsbedürfnis zu den Waldthemen abgefragt werden.

Mediennutzung

Heutzutage steht uns eine Flut an Wissen zur Verfügung, dessen Verbreitung über die unterschiedlichsten Informationskanäle stattfindet. Die wenigsten Menschen nutzen alle medialen Angebote, sondern greifen auf eine bestimmte Auswahl zurück (Hasebrink und Hepp 2017). Unter Medien werden dabei nicht nur die sogenannten Massenmedien (Fernsehen, Zeitungen usw.) verstanden, sondern es zählen auch Gespräche mit Fachpersonal (z. B. Försterinnen und Förster) oder Kontakte im persönlichen Umfeld dazu (Weber et al. 2020). Das heißt: Will man bestimmte Zielgruppen zu Waldthemen informieren, sollte man wissen, ob und in welchem Umfang die ausgewählten Informationsquellen von der Zielgruppe genutzt werden.

In Abbildung 3 sind die Informationskanäle aufgeführt, die von der bayerischen Bevölkerung zum Thema Wald genutzt werden. Die meisten Befragten greifen auf das Fernsehen (49%), das Internet (47%) und Printmedien (40%) zurück. Des Weiteren haben andere Personen (40%) als Informationsquelle eine Bedeutung – Kenntnisse und Erfahrungen werden also nicht nur über klassische Massenmedien verbreitet. Eine Rolle spielen auch Gespräche mit der Familie, Freunden und Bekannten. Über Social-Media-Plattformen wie z. B. Instagram, Facebook oder Twitter informieren sich rund 15%. Für nur jeweils 3% der Befragten sind Apps für Smartphones oder Newsletter relevant.

Auch Mediennutzung wird von unterschiedlichen soziodemographischen sowie individuellen Faktoren beeinflusst. Die Verwendung der Informationsquellen hängt zusätzlich von der technischen Ausstattung und Verfügbarkeit ab (z. B. die Internetverbreitung). Technik, die nicht zur Verfügung steht, kann auch nicht genutzt werden (Klinger et al. 2015). Analysiert man die Informationsquellen zum Thema Wald, zeigen sich folgende Effekte: Männer informieren sich eher über das Fernsehen, das Radio, die Print-

medien (z. B. Zeitungen oder Zeitschriften), das Internet oder sie nutzen Veranstaltungen, um mehr über den Wald zu erfahren. Frauen greifen hingegen öfters auf Social-Media-Plattformen zurück und erhalten durch Gespräche mit anderen Personen oder über Schule und Ausbildung Informationen über den Wald. Die Wahl des Informationskanals ist zudem abhängig vom Alter. Während ältere Menschen die klassischen Massenmedien wie Fernsehen und Zeitungen bzw. Zeitschriften bevorzugen – der Anteil des TV liegt bei den über 65-Jährigen bei 62% – sinkt deren Bedeutung mit abnehmendem Alter und liegt bei den unter 25-Jährigen nur noch bei 34%. Will man dagegen junge Erwachsene mit Waldthemen erreichen, kommen Online-Videos, Social Media oder auch Apps in Frage. Ebenso spielen die Schule und die Ausbildung sowie Freunde, Familie und Bekannte eine größere Rolle als Informationsquellen. Des Weiteren lässt sich ein Unterschied im Mediennutzungsverhalten zwischen Waldbesitzenden und der breiten Öffentlichkeit feststellen. Waldbesitzende erhalten ihre Informationen überdurchschnittlich oft durch den Austausch mit anderen Personen. Auch nutzen sie Fachbücher, Printmedien, Apps und organisierte Veranstaltungen häufiger als der Rest der Bevölkerung. Die Bildung wirkt sich ebenfalls auf die Medienwahl aus. Menschen mit Hochschulabschluss greifen öfters auf Fachbücher, Veranstaltungen, Internet, SocialMedia, Radio, Print und auf Veranstaltungen als Informationsquelle zurück.

Die Forschung zum Mediennutzungsverhalten in Deutschland bestätigen die WaMos-Ergebnisse. Beispielsweise werden Geschlecht, Alter und Bildung immer wieder als wichtige Einflussfaktoren auf die Wahl der Informationsquellen aufgeführt (Hölig und Behre 2021).

Literatur

Das Literaturverzeichnis finden Sie unter www.lwf.bayern.de in der Rubrik »Publikationen«.

Autorinnen

Dr. Anika Gaggermeier bearbeitet in der Abteilung »Waldbesitz, Beratung, Forstpolitik« der Bayerischen Landesanstalt für Wald und Forstwirtschaft die Bereiche Testbetriebsnetz sowie Erholung und Gesundheit im Wald.

Kontakt: anika.gaggermeier@lwf.bayern.de

Helena Eisele bearbeitet in derselben Abteilung die Themenbereiche Beratung, Waldbesitz, Forstpolitik sowie Erholung und Gesundheit im Wald.

Kontakt: helena.eisele@lwf.bayern.de

Fazit

Über die Hälfte der bayerischen Bevölkerung fühlt sich gut mit Wissen zum Thema Wald ausgestattet. Es gibt aber auch einen Teil der Gesellschaft, der sich indifferent äußert oder sich für schlecht informiert hält. An diesem Punkt kann die forstliche Öffentlichkeitsarbeit ansetzen und Informationen zur Verfügung stellen. Inzwischen ist das Internet für viele Menschen eine wichtige Informationsquelle zum Thema Wald. Es ist davon auszugehen, dass die klassischen Massenmedien wie Fernsehen und Printprodukte zukünftig weiter an Bedeutung verlieren, auch wenn sich derzeit noch ein Großteil der Bevölkerung darüber erreichen lässt. Im Rahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit sollten sich forstliche Akteure über die Zielgruppen und die Inhalte ihrer Kommunikation Gedanken machen. Die Ergebnisse der Befragung zeigen Unterschiede in der Mediennutzung beispielsweise bei Jüngeren und Älteren, Frauen oder Männern. Da es inzwischen kein Leitmedium mehr für alle Bevölkerungsschichten gibt, ist die Definition und Beschreibung der Zielgruppen für eine gute Öffentlichkeitsarbeit unabdingbar. Aufgrund der starken Segmentierung im Informationsverhalten sollten auch die forstlichen Botschaften an die Bedürfnisse und Interessen der Adressaten ausgerichtet werden.

Zusammenfassung

Ein Großteil der bayerischen Bevölkerung fühlt sich gut über den Wald informiert. Besonders viel Wissen attestieren sich die Bürgerinnen und Bürger zu den Themen »Verhaltensregeln im Wald« und »Erholungsnutzung«. Weniger gut schätzen die Befragten ihre Kenntnisse in den Bereichen »lokale Veranstaltungen im Wald«, »Waldbesitz« und »Holzproduktion in Bayern« ein. Wichtiges Informationsmedium zum Thema Wald ist das Fernsehen, gefolgt von Internet und den Printmedien. Informationsquellen wie Newsletter und Apps für das Smartphone werden nur selten genutzt, um sich über Waldthemen zu informieren.