

Moderner Kleinprivatwald – Eigentümer „first“

Kleinprivatwald ist ein Sorgenkind der Forstleute. Multifunktionale, nachhaltige Forstwirtschaft nach Vorbild der größeren Forstbetriebe gelingt dort häufig nicht. Aber wird eine solche forstfachliche Kritik auch den Eigentümern gerecht? Wohl kaum, denn die vorliegende Untersuchung zeigt die eigenständigen, forstfernen Lebenswelten der Eigentümer, die Forstleute anerkennen müssen, um Kleinprivatwald zu verstehen.

Max Krott, Christoph Neitzel

Schon seit Karl Abetz Zeiten beschäftigen sich Forstleute gerne und kompetent mit dem Kleinprivatwald. Obwohl die geringen Flächengrößen eine nachhaltige Nutzung im Sinne der üblichen waldbaulich-betrieblichen Modelle nicht zulassen und obwohl die Eigentümer kein forstfachliches Wissen, wie ein Forstbetrieb, aufbauen können, halten forstliche Konzepte an der Zielsetzung fest, dass auch der Kleinprivatwald Bestände und Bewirtschaftungsverfahren erreichen muss, die mit größeren Forstbetrieben vergleichbar sind. Es besteht kein Zweifel, dass die multifunktionale nachhaltige Forstwirtschaft, die zentral Holz produziert, auch für den Kleinprivatwald das Richtige sei.

Aus der Sicht des Waldes und der Forstleute mag das so sein, aber wird eine solche Herangehensweise den Eigentümern selbst gerecht? Wohl kaum, denn der Eigentümer ist zu allererst ein Individuum, das in beruflichen und familiären Lebenszusammenhängen steht, die mit Wald i. d. R. nichts zu tun haben. Als Eigentümer blickt er aber ganz selbstverständlich von seinem Leben aus auf seine Waldimmobilie. Es steht ihm das Recht zu, darüber zu entscheiden, selbst wenn

er weder über forstwirtschaftliche Kenntnisse verfügt noch forstliche Leitbilder kennt oder teilt.

Den Kleinprivatwald kann daher nur der verstehen, der den Eigentümern genauso viel Aufmerksamkeit widmet wie dem Wald. Der Eigentümer ist kein Erfüllungsgehilfe für nachhaltige Waldbewirtschaftung, sondern sein Wald hat für ihn eine bestimmte Bedeutung, die – sehr variabel – klein oder groß sein kann und mit sehr unterschiedlichen Inhalten gefüllt ist. Immer aber handelt der Eigentümer aus seinem Lebenszusammenhang heraus. Daher bedeutet Privatwald sogar ein ganz klein bisschen, den Eigentümer an „erste Stelle“ zu setzen und dann erst die waldbaulichen Möglichkeiten und gesellschaftlichen Erwartungen zu betrachten.

Die vorliegende Thünen-Befragung [2] ermöglicht es, in die Welten der Eigentümer einzutauchen. Erstmals wird der Eigentümer nicht nur aus forstlicher Sicht mit allen Details (was er denn vom Wald erwarte und dort mache) erfasst. Zusätzlich wird erhoben, in welchem Lebenszusammenhang sich der Eigentümer sieht. Dafür spielt der Wald zunächst gar keine Rolle; deshalb haben forstwissenschaftliche Befragungen bislang auch diese Perspektive nicht aufgegriffen

und nach allgemeinen Lebenszusammenhängen nur in der Gesellschaft „außerhalb der Forstwirtschaft“ geforscht [3]. Waldeigentümer wurden immer als Menschen beforscht, die mit ihrem Wald etwas vorhaben. Das ist nicht falsch, geht aber an den Lebenszusammenhängen vorbei, an denen sich die allermeisten Eigentümer orientieren. Nur die wenigsten wachen morgens mit dem Gedanken an ihren Wald auf – ganz andere Erwartungen an Beruf und Familie prägen ihr Leben.

Soziale Milieus als Schlüssel zum Kleinprivatwaldeigentümer

Das *Sinus-Milieu*[®] ist ein Modell, um die Lebenswelten von Menschen zu erfassen [1]. Es ergänzt die Gliederung der Gesellschaft nach soziodemografischen Merkmalen und sozialer Schichtung um eine Komponente des „Verstehens“. Personen mit gleichem Einkommen können sehr unterschiedliche Lebensstile pflegen. Der eine macht mit seinem Geld gerne alle technischen Trends mit und sieht sich als globaler Mensch, der andere pflegt seinen Familienbesitz in der Heimat und hält an der Tradition fest. Grundlegende Wertorientierungen und AlltagsEinstellungen werden im Sinus-Milieu zusätzlich erfasst. Die Sinus-Milieus helfen, das Anderssein in der Gesellschaft zu verstehen. Genau darum geht es, wenn Forstleute die Eigentümer von Kleinprivatwald besser kennenlernen wollen. Die Eigentümer sind anders, weil Wald nicht im Mittelpunkt ihres beruflichen Lebens steht wie bei Forstleuten.

Sinus-Milieus haben sich seit 40 Jahren im Marketing bewährt, wenn es um die Bestimmung von Zielgruppen geht. Sie geben darüber Auskunft, was Kunden bewegt. Die Milieubeschreibungen

Schneller Überblick

- Die 1,82 Mio. (überwiegend) Kleinprivatwaldeigentümer sind in allen sozialen Milieus zu finden
- Rund die Hälfte (Konservativ-Etablierte, Bürgerliche Mitte, Traditionelle) leben in sozialen Milieus, die der „ordnungsgemäßen Forstwirtschaft“ nahestehen
- Die andere Hälfte der Waldeigentümer kann nur mit neuen Botschaften erreicht werden, die waldferne Lebenszusammenhänge direkt ansprechen
- Über milieubasierte Kommunikation eröffnet sich dem Forstsektor die Chance, für seine Waldexpertise auch bei den noch „forstfremden“ Waldeigentümern Vertrauen aufzubauen und sie im Umgang mit dem eigenen Wald zu unterstützen

sind für Marketingfachleute gut nachvollziehbar. Die empirische Bewährung und die Anschlussfähigkeit in der Praxis sind für den Einsatz in der Befragung der Waldeigentümer ein wichtiger Qualitätshinweis.

Die reiche Empirie und der Praxiseinsatz dürfen aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Sinus-Milieus eine Typologie darstellen, deren Anspruch nicht so weit reicht, eine eigenständige Theorie des menschlichen Handelns zu formulieren. Wir wissen *a priori* nicht, wie die Menschen aus unterschiedlichen Milieus im allgemeinen handeln und schon gar nicht wie sie speziell im Wald handeln werden. Wir können aber am Sinus-Milieu ablesen, welche Werte- und Alltagseinstellungen Waldeigentümer haben und wie wir diese gezielt ansprechen können. Das Sinus-Milieu hilft uns, die vielfältigen Eigentümer von Wald mit Botschaften zu erreichen und einen Kontext zu schaffen, in dem er „abgeholt“ werden kann.

Die Hälfte der Waldeigentümer im traditionellen (ländlichen) Lebenszusammenhang

Durch die Thünen-Befragung [2] wurde geschätzt, dass es 1,82 Mio. Privatwaldeigentümer gibt. Diese befinden sich in allen Sinus-Milieus (s. Tab. 1). In 7 von 10 Sinus-Milieus gibt es Waldeigentümer in einem größeren Umfang von jeweils mindestens 100.000 Personen. Häufige Milieus (10 bis 25 %) umfassen zwischen 180.000 und 450.000 Personen. Dieser Befund belegt, dass die Sinus-Milieus sehr aussagekräftig sind, wenn es um Zielgruppen innerhalb der Waldeigentümer geht.

Denkt man an den ländlichen Raum und traditionelle Privatwaldeigentümer, dann richtet sich die Aufmerksamkeit auf drei Sinus-Milieus: (1) Konservativ-Etablierte, (2) Bürgerliche Mitte und (3) Traditionelle.

- Die (1) **Konservativ-Etablierten** zählen nach sozialer Lage zur Mittel- und v. a. Oberschicht. Sie halten an Traditionen fest und haben einen Führungsanspruch sowie hohes Standesbewusstsein. In ihnen dürfte sich der größere Privatwald wiederfinden. Aber auch kleinere Waldeigentümer stehen diesem Milieu nahe, sodass es einen Anteil von fast 25 % aller Waldeigentümer erreicht.

Sinus-Milieu	Anteile [%] *
(1) Konservativ-Etablierte – Das klassische Establishment	24,7
(2) Bürgerliche Mitte – Der bürgerliche Mainstream	21,2
(3) Traditionelle – Die Sicherheit und Ordnung liebende ältere Generation	8,8
(4) Liberal-Intellektuelle – Die aufgeklärte Bildungselite	9,8
(5) Sozialökologische – Das engagierte gesellschaftskritische Milieu	7,1
(6) Performer – Die effizienzorientierte Leistungselite	12,6
(7) Expeditive – Die ambitionierte kreative Avantgarde	4,7
(8) Hedonisten – Die spaß- und erlebnisorientierte moderne Unterschicht/untere Mitte	5,5
(9) Prekäre – Die um Orientierung und Teilhabe bemühte Unterschicht	3,7
(10) Adaptiv-Pragmatische – Die moderne junge Mitte	1,9

Tab. 1: Milieuverteilung der Privatwaldeigentümer (Quelle: Thünen-Befragung [2])

* gewichtet

- Die (2) **Bürgerliche Mitte** stellt den leistungs- und anpassungsbereiten Mainstream dar. Die gesellschaftliche Ordnung wird bejaht und berufliche Etablierung angestrebt.
 - Die (3) **Traditionellen** streben nach ähnlichen Ordnungswerten. Sie gehören aber zur Unterschicht mit besonders hoher Anpassungsbereitschaft.
- Fasst man die Gruppen (2) und (3) zu den Bürgerlich-Traditionellen zusammen, so entsteht eine Gruppe von rund 30 % aller Privatwaldeigentümer.

Alle drei Sinus-Milieus umfassen rund die Hälfte der Privatwaldeigentümer. Die Werteorientierung aller drei Milieus stimmt mit den Konzepten der „ordnungsgemäßen Forstwirtschaft“ gut überein. Ordnung ist den Eigentümern wichtig und die Bewahrung des Erreichten.

Der Befund, dass rund 1 Mio. Privatwaldeigentümer ein Naheverhältnis zur „ordnungsgemäßen Forstwirtschaft“ aufweisen, gewährt diesem zentralen forstlichen Leitbild breite Unterstützung. Allerdings bedeuten die Ergebnisse auch, dass eine große Gruppe, nämlich rund 0,8 Mio. Waldeigentümer, von der „ordnungsgemäßen Forstwirtschaft“ nicht mehr direkt positiv angesprochen werden können.

Eigentümer-Milieus ohne Forstbezug

Das (4) **Liberal-Intellektuelle** und das (5) **Sozialökologische** Milieu stehen postmateriellen Grundsätzen nahe. Diese Eigentümer verfolgen vielfältige intellektuelle Interessen und verstehen sich als ökologisches Gewissen. Von „simpler“ ordnungsgemäßer Forstwirtschaft fühlen sie sich nicht angesprochen. Wald ist für

sie wichtig, aber vor allem als Baustein des ökologischen Gleichgewichts und des Klimaschutzes.

Sie sehen im Wald ein fragiles Ökosystem, dem sie sich emotional eng verbunden fühlen (Wippermann [3], S. 123). Das Sozialökologische Milieu ist von einem ökologisch-basierten, richtigen Umgang mit Wald überzeugt, das Liberal-Intellektuelle möchte selbstbestimmt mit dem eigenen Wald umgehen und folgt „einfachen“ forstlichen Rezepten nicht. Zusammengenommen umfassen diese beiden Milieus knapp 17 % der Waldeigentümer, das sind 0,3 Mio. Menschen.

Im Gegensatz zu den Gruppen mit enger emotionaler Aufmerksamkeit für Wald, ist für die Milieus der (6) **Performer** und (7) **Expeditiven** der Wald als solcher langweilig (Wippermann [3], S. 124). Die Performer verstehen sich als „multi-optionale, effizienzorientierte Leistungselite“. Sie sind von spannenden und schnellen, aktuellen Projekten getrieben, in denen der Wald nur selten eine Rolle spielt. Falls doch, so hat sich der Wald den persönlichen Ansprüchen unterzuordnen, etwa als attraktive Freizeitkulisse für Kraft bzw. Energie tanken. Eine ökonomische Bedeutung des Waldes wird nicht wahrgenommen.

Die Expeditiven sind mental und geografisch mobil, online vernetzt und immer auf der Suche nach neuen Grenzen und Lösungen. Wald wird für sie zur disponiblen Freizeitvariante, in der vieles passieren kann, aber traditionelle forstliche Konzepte nicht gefragt sind. In den Milieus der Performer und Expeditiven finden sich über 17 % der Waldeigentümer, das heißt eine beachtliche Gruppe von 0,3 Mio. Personen.

Brücken durch Waldökologie

Durch ihr Eigentumsrecht sind alle 1,82 Mio. Waldeigentümer ihrem Wald besonders verbunden. Aufgrund ihrer Lebenszusammenhänge fühlt sich aber rund die Hälfte von „ordnungsgemäßer Forstwirtschaft“ nicht angesprochen. Für die Forstwirtschaft stellt sich die Frage, ob sie dennoch dem Eigentümer für den Umgang mit ihrem Wald etwas zu bieten hat. Die Antwort hat zwei Teile, zum einen erreichen Botschaften die Eigentümer nur, wenn sie deren spezielle sozialen Milieus direkt ansprechen. Zum anderen sind die Leistungen des Waldes durch das Potenzial des Ökosystems bestimmt, d. h. auch für den raschen Performer wachsen die Bäume nicht schneller als für den Traditionalisten.

Waldbezogene Botschaften können jedoch auch die vermeintlich forstfernen Milieus erreichen, wenn sie konsequent auf deren Lebenswelten abzielen. Das meint zunächst die emotionale Komponente. Die Aufmerksamkeit der Waldeigentümer wird durch die Lebenswelten der Milieus geprägt. Ein sozialökologischer Eigentümer horcht bei Klimaschutz auf und wenn der Wald da eine Rolle spielt, dann wird er für seinen eigenen Wald doppelte Aufmerksamkeit aufbringen. „IT globale Wald-Welten“, das verspricht etwas Attraktives für Performer und Expositive. Wenn sie dann noch eigenen Wald haben, fördert das die Aufmerksamkeit noch zusätzlich. Insofern ist das Waldeigentum kein Hindernis, um diese Milieus wirksam anzusprechen. Nur darf die Botschaft nicht hoffen, wegen des Waldes beachtet zu werden. Emotional packt sie die Eigentümer nur über die Gefühlslagen in deren sozialen Milieus oder die Botschaft wird nicht beachtet.

Ist Aufmerksamkeit einmal gewonnen, so geht es darum, den Beitrag des Waldes zu den Interessen der Eigentümer sachlich darzustellen. Je näher der Eigentümer dem eigenen Wald kommt, umso stärker erfährt er das ökologische Potential und die ökologischen Grenzen des Waldes. Wunschbilder werden vor Ort im eigenen Wald nur in komplexen Wachstumsprozessen umgesetzt. Hierin haben die Eigentümer „forstfremder“ Milieus wenig Erfahrung, aber deshalb sind sie nicht weniger offen für Faktenwissen. Dieses ist jedoch von Bekenntnissen zu

forstlichen Konzepten zu trennen. Zum Beispiel werden sich viele Eigentümer für ein „Lichtmanagement“ zur Sicherung und Erhöhung der Artenvielfalt in ihrem Wald begeistern können, auch wenn sie das forstliche Konzept der „Durchforstung“ oder des „Eingriffes“ ablehnen. Vorsorgende Pflege, um alte Wälder vor dem Zusammenbruch zu schützen, wird so manchen überzeugen, auch wenn er strikt gegen die Ernte hiebsreifer Bäume ist.

Die Handlung vor Ort erschließt Potenzial für alle sozialen Milieus, allerdings nur dann, wenn sie auf Kenntnissen des Waldökosystems aufbaut und Ressourcen verfügbar sind. Über die Kenntnisse verfügen die Forstleute und Waldökologen reichlich. Erfolgsgeschichten persönlicher Beratung belegen immer wieder, dass sich Forstleute vor Ort im Wald auch mit Personen aus den unterschiedlichsten Milieus sehr gut verstehen. Allerdings kann die notwendige breite Wirkung bei 1,82 Mio. Waldeigentümern nur über IT-gestützte Kommunikation gelingen. Für die Finanzierung der hohen Kosten einer persönlichen Beratung der Kleinprivatwaldeigentümer fehlen schlicht die Ressourcen.

Ein anderer Ressourcenengpass spielt dagegen im Kleinprivatwald eine viel geringere Rolle als in forstlichen Konzepten. Für viele Milieus steht ein wirtschaftlicher Ertrag des Waldes nicht im Vordergrund. Ob der als richtig erkannte Umgang mit dem eigenen Wald Geld kostet oder bringt, hat weniger Bedeutung als die Überzeugung, die Maßnahme hilft dem Wald so zu sein, wie der Eigentümer das möchte. Insofern finden sich im Kleinprivatwald günstige Ausgangsbedingungen, dass Eigentümer auch Maßnahmen unterstützen, die keinen wirtschaftlichen Ertrag bringen.

Forstpolitische Impulse

Die große Anzahl an Eigentümern in sozialen Milieus, welche den forstlichen Konzepten fernstehen, birgt Risiken und Chancen für den Forstsektor. Die Waldeigentümer und deren Verbände stellen eine feste Säule des Forstsektors dar. Das gewachsene und politisch bewährte Naheverhältnis trifft nur mehr für rund die Hälfte der Eigentümer zu. Die andere Hälfte (0,8 Mio. Personen) lebt geistig

und emotional entfernt von forstlichen Konzepten.

Das Wissen über die Milieus zeigt nun erstmals auf, wie durch neue Kommunikation in Form und Inhalt zu diesen Gruppen Brücken gebaut werden könnten.

Diese Klientel hat aber auch für die staatliche Forstverwaltung und deren Privatwaldberatung große Bedeutung. Gesellschaftliche Vielfalt herrscht nicht nur „draußen“, außerhalb der Forstwirtschaft, sondern spiegelt sich auch bei den Waldeigentümern wider. Darauf muss die staatliche Forstverwaltung eine Antwort finden, wenn sie wie bisher in der Beratung erfolgreich sein will.

Aus Kostengründen führt auch für den Forstsektor kein Weg an neuen IT-Instrumenten vorbei. Wie die Thünen-Befragung [2] zeigt, sind Waldeigentümer insgesamt sogar etwas IT-affiner als der Durchschnitt der Bevölkerung in Deutschland. Bei der großen Dynamik des Netzes haben allerdings solche Zahlen nicht lange Bestand. Sie ermutigen jedoch dazu, die Kommunikation zu den für den Wald und den Forstsektor wichtigen Privatwaldeigentümern in den größten Milieus über neue IT-Plattformen zu suchen.

Der Befund, dass sich fast 80 % der 1,82 Mio. Privatwaldeigentümer in fünf Sinus-Milieus der deutschen Gesellschaft konzentrieren, zeigt auch ein Gelegenheitsfenster für den Forstsektor auf, jetzt mit neuer, gezielter Kommunikation seine Position zu sichern.

Literaturhinweise:

[1] SINUS-Institut (2017): Informationen zu den Sinus-Milieus, SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH, Heidelberg/Berlin. [2] Thünen-Institut (2017): Privatwaldeigentümerbefragung, Waldklimafondsprojekt FKZ: 28W-C-5-036-99. [3] WIPPERMANN, C.; WIPPERMANN, K. (2010): Mensch und Wald. Einstellungen der Deutschen zum Wald und zur nachhaltigen Waldwirtschaft, Bielefeld.

Prof. Dr. Max Krott,
mkrott@gwdg.de, ist Professor für Forst- und Naturschutzpolitik an der Georg-August-Universität Göttingen.

Dr. Christoph Neitzel
ist wissenschaftlicher Mitarbeiter des Thünen-Instituts für Internationale Waldwirtschaft und Forstökonomie, Hamburg.

