

**Maria De Cristofaro<sup>1</sup> & Kai Lintunen<sup>2</sup>**

**<sup>1</sup> Forestry Officer, Outreach and Capacity Building,**

**Forestry Department, Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)**

**<sup>2</sup> Head of International Communications,**

**Finnish Forest Association, and**

**Leader of the FAO-UNECE Forest Communicators Network**

**„The Forest Communicators‘ Network – Herausforderungen der Öffentlichkeitsarbeit im internationalen Kontext“**

### **Inhalt**

Communications zugunsten des nachhaltigen Forstsektors erfordern die Beachtung von Grundregeln. No-Go's wurden erläutert; anhand des eigenen Repertoires beeindruckten die beiden Vortragenden durch ihr auf vielen Jahren Erfahrung als Journalistin bzw. als Communicator basierendes Können. Die Aktivitäten des Forestry Department der FAO im Bereich Outreach and Communications, für welches Maria De Cristofaro verantwortlich ist, wurden kurz erläutert. Sie erklärte, wie die Bedeutung des Forstsektors für komplexe gesellschaftliche Herausforderungen – den Klimawandel, die Bio-Ökonomie – ansprechend zugänglich gemacht werden kann.

Maria De Cristofaro erläuterte den Umgang mit Presse- und anderen Medienvertretern. Zu den wichtigsten Regeln gehören – im internationalen Business genauso wie vor Ort – ein politischer Wille, exzellente Kommunikationsfähigkeit, gute Vorbereitung, die Pressevertreter nur mit tatsächlich relevanten Anfragen zu kontaktieren, nie Unwahres zu verbreiten, die Aktualität der Inhalte zu wahren und in jedem Fall freundlichen, partnerschaftlichen Umgang zu pflegen. Die hohe Kunst des Pitch (≈ überzeugenden Präsentation, die eine Zielgruppe für sich gewinnt) erläuterte Kai Lintunen am Beispiel der öffentlichen Debatte über die Ursachen von Waldbränden 2018 in Kalifornien. Donald Trumps Äußerung, dass in Finnland die Wälder geharkt würden (gemeint war, um die Brandlast zu senken), löste umgehend einen Sturm belustigter Reaktionen in finnischen Sozialen Netzwerken aus. Einige User ließen sich mit Staubsauger im Wald oder mit Schutzanzug und Laubrechen ablichten. Diese Bilder gingen viral. In den Social Media entstand der Slogan „Make America Rake Again“ in Abwandlung auf Trumps Wahl-Slogan „Make America Great Again“. Sich als Communicator des Forstsektors in den Spott einzureihen, ist absolut nicht angebracht. Es geht vielmehr darum, die Chance des öffentlichen Interesses zu nutzen, sich für Anfragen seitens der Medien in Position zu bringen sowie durch Wissen zu überzeugen und sich dadurch für den Forstsektor und Nachhaltigkeit einzusetzen. Beide Vortragenden betonten die Wichtigkeit von Ausdauer bei Communications für den Forstsektor.

### **Kritische Bemerkungen der Vortragenden**

(Zu) Häufig werden Bilder von Forstwirtschaft genutzt, die Männer oder Maschinen im Wald zeigen. Frauen werden unterschätzt. Wenn man der jungen Generation Botschaften vermitteln will, muss man die Mütter einbeziehen. Frauen treffen 70 bis 80 % aller Kaufentscheidungen. Eine Herausforderung ist, dass sich negative Nachrichten über den Wald leichter verkaufen als die guten. Dies macht Communications für die nachhaltige Forstwirtschaft so dringlich.

### **Diskussion**

Vernetzungsmöglichkeiten wurden erfragt. Die Vortragenden wiesen auf die Communicators‘ Netzwerke hin, an deren Aufbau in vielen Teilen der Welt sie selbst beteiligt sind.