

MAX KROTT

**„Eigentümer first“  
Forstliche Chancen und Wandel  
der Ziele bei den  
heutigen Waldeigentümern“**

# Eigentümer von Wald

- 1,8 Millionen in Deutschland
- 96% bis 20ha Wald
- 65 000 neue Waldeigentümer pro Jahr
- Berufstätigkeit:

FW/LW	11 %
Gewerbe	27 %
Dienstleistungen	62 %

# Waldnutzung in unterschiedlichen Lebenswelten

- Oberschicht
  - Traditionelle

Umweltschutz  
Regenerative Energie

- Oberschicht
  - Alternative

Anti-Atom

- Mittelschicht

Kamin als Statussymbol

- Unterschicht

Kostengünstige  
Heizung



**Brennholznutzung**

# Soziale Milieus von Waldeigentümern

## Die Sinus-Milieus® in Deutschland 2017

### Soziale Lage und Grundorientierung

■ = forstfern

■ = forstnah

■ = Milieus der 1,8 Mio. Waldeigentümer in %



# Waldeigentümer im ländlichen Lebenszusammenhang 1 Million

- Konservativ-Etablierte:  
Tradition – Führung – Standesbewusstsein
- Bürgerliche Mitte:  
Leistung – Ordnung – Etablierung
- Traditionellen:  
Unterschicht – Ordnung – Anpassung

**Pro „ordnungsgemäße Forstwirtschaft“**

# Waldeigentümer im forstfernem Lebenszusammenhang

800 000

- Liberal-Intellektuelle:  
Postmateriell – Ökologisch – Klimaschutz
- Sozialökologische:  
Postmateriell – Selbstbestimmt – Emotional
- Performer und Expeditiven:  
Leistungselite – Spannung – Global Mobil

Pro „Ökosystem und **Freizeiterlebnisraum Wald**“

# Handeln im eigenen Wald

Kümmert sich um Wald:

Selbst 44%

Familie 30%

Hohe ideelle Wertschätzung: 90 %

Baumfällung: 60-80%

Nutzung als Rohstoff: 60-70%

Sukzessionsflächen: 40-60%

**Hohe Wertschätzung und unterschiedliche Aktivitäten**

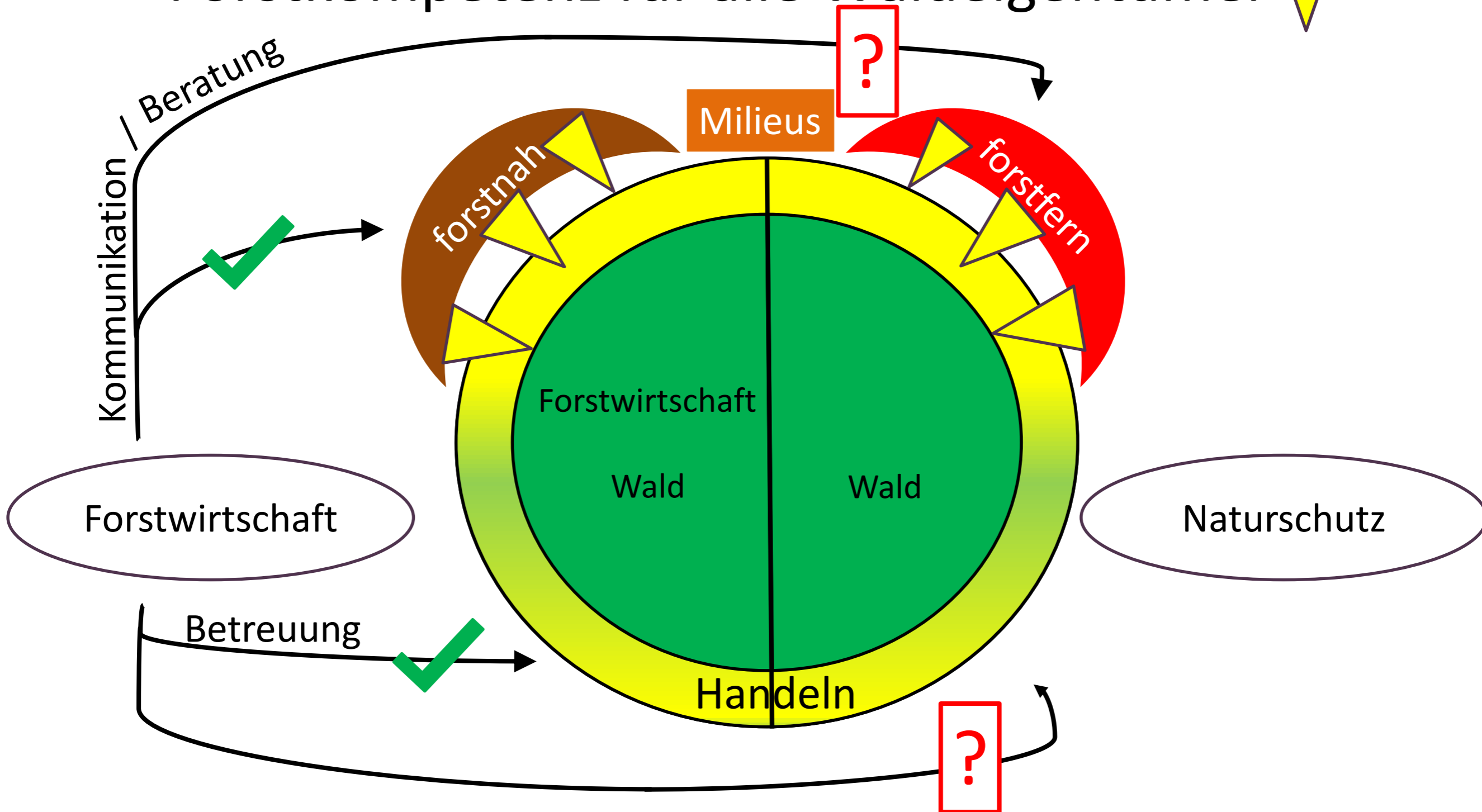
# Information und Beratung

- Internet 50-90%
- Förster 62%
- Fachzeitschriften 45%

**40% ohne traditionelle Beratung**



# Forstkompetenz für alle Waldeigentümer



# Lebenswelten und Waldhandeln

- **Unterschiedliche** Lebenswelten  
(Erleben, Fühlen, Aufmerksamkeit)
- **Aktivitäten im Ökosystem Wald**  
(Bäume fällen, pflanzen, ökologische  
Wachstumsgesetze)
- **Hohe** Interneterreichbarkeit

# Forstkompetenz für traditionelle und moderne Lebenswelten

Fühlen	Verstehen	Handeln
Milieu - Kommunikation	Waldökologisches Fachwissen	Management von Bäumen
<ul style="list-style-type: none"> <li>- PR Spezialisten</li> <li>- IT Tools</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Forstliche</b> Spezialisten</li> <li>- Neutrale Fachsprache</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Praxis vor Ort</li> <li>- <b>Forsttechnische</b> Unterstützung</li> </ul>
Probleme: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketingkompetenz</li> <li>- IT Kompetenz</li> <li>- Eingrenzung der Zielgruppen</li> </ul>	Probleme: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Priorität Holzproduktion</li> <li>- Einseitige forstliche Fachbegriffe (Bewirtschaftung, Durchforstung, etc.)</li> <li>- Messung Biodiversität</li> </ul>	Probleme: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geringe Effizienz</li> <li>- Vermarktung Kleinstmengen</li> </ul>

# Forstliche Chancen bei traditionellen und modernen Waldeigentümern

- Im Wald großer Bedarf an Forstkompetenz
- Forstferne Lebenswelten der Eigentümer von Wald
- **Chance:**  
**Forstkompetenz über moderne Milieus kommunizieren**

## Quellen:

- Krott, M.; Neitzel, Ch. (2018) Moderner Kleinprivatwald - Eigentümer „first“. AFZ-Der Wald 5, s. 21-23.
- Feil, P.; Neitzel, B.; Dieter, M. (2018) Privatwaldeigentümer in Deutschland: Ergebnisse einer bundesweiten Telefonbefragung von Personen mit und ohne Waldeigentum. Landbauforschung 1-44.





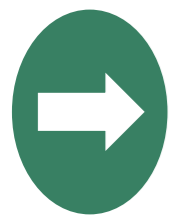
**Vielen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit!**



# Befragung in Deutschland

- Zeitraum: 22. Mai 2017 bis 21. Juli 2017
- Interviews von 1 202 Privatwaldeigentümer und 1 167 Personen der übrigen Gesellschaft
- Stratifizierte Zufallsstichprobe mit einem Zufallsfehler von 3% bei einem 95% Vertrauensintervall
- Repräsentativ für Sinus Milieus in Deutschland (36.160 Interviews, um 1 202 Privatwaldeigentümer zu finden)

# Lösungsbeitrag von wald-wird-mobil.de



wald-wird-mobil.de spielt eine wichtige Rolle in der Kommunikation mit Waldeigentümern

