

# LWF Printmedien erneut im Urteil der Praxis

Leserbefragung liefert interessante Einblicke

**Michael Suda, Anika Gaggermeier und Florian Schmid**

Im Rahmen einer wiederholten Evaluierung der Printmedien der Bayerischen Landesanstalt für Wald und Forstwirtschaft (LWF) hat der Lehrstuhl für Wald- und Umweltpolitik der Technischen Universität München (TUM) in enger Zusammenarbeit mit der Abteilung »Wissenstransfer, Öffentlichkeitsarbeit, Waldpädagogik« der LWF eine telefonische Kundenbefragung durchgeführt. Befragt wurden Mitglieder der Bayerischen Forstverwaltung aus der Praxis und Geschäftsführer forstlicher Zusammenschlüsse. Die Ergebnisse zeigen, LWF aktuell und die LWF Merkblätter sind im Vergleich zu 2012 noch attraktiver, praxisnäher, abwechslungsreicher und ansprechender geworden. Die Redaktion ist auf einem guten Weg.

*Das Telefon klingelt!! Ich hebe ab, obwohl ich eigentlich nach Käferbäumen suchen wollte. An der anderen Seite fragt mich eine freundliche Stimme, es stellt sich heraus, es handelt sich um einen Studenten der TUM, ob ich ihm ein paar Fragen zu den Printmedien der LWF beantworten könne. »Hat der nicht schon mal vor zehn Jahren angerufen?« – geht mir durch den Kopf. »Eigentlich hasse ich diese Umfragen«. Auf meine Frage, wie lange es dauert, antwortet er »Circa zehn Minuten«. Gut, die Zeit nehme ich mir, die Medien nutze ich schließlich häufig für die Beratung und LWF aktuell hat einen festen Platz in meiner Wohnung gefunden.*

*Zunächst geht es um die Aufgaben der LWF, und da ist mir gleich der Wissenstransfer in die Praxis eingefallen. Bei der Frage nach den Printmedien der LWF muss ich schon ein wenig mehr nachdenken. Die LWF aktuell erhalte ich auf dem Dienstweg und das Heft hatte ich zuletzt vorgestern in der Hand. Ich denke mir schon, was diese Wissenschaftler wieder alles wissen wollen, aber sie werden schon ihren Grund haben. An einen konkreten Titel konnte ich mich sofort erinnern, es ging um Waldumbau. Die LWF aktuell ist für mich eher eine Zeitschrift, in der ich blättere, und was mich interessiert, das lese ich auch, manchmal von vorn bis hinten. Meist lese ich so die Hälfte, komme aber in letzter Zeit immer weniger dazu. Jetzt kommen die Fragen zu den Printmedien und nacheinander darf ich mich zu unterschiedlichen Kriterien von LWF aktuell, LWF Wissen und den LWF Merkblättern im Einzelnen äußern. Auch kann ich mir zusätzliche Themen wünschen und Verbesserungsvorschläge unterbreiten. Es wäre schon schön, wenn ich mehr über die natürliche Dynamik von Katastrophenfläche wüsste und bei der Baumartenempfehlung auf sicheren Beinen stehen könnte. Nach ein paar allgemeinen Fragen zur Person richtet sich mein Blick auf die Uhr und die zehn Minuten sind schnell vergangen. Meine letzte Frage, was denn mit den Ergebnissen passiert und ob wir davon erfahren, beantwortet der Student sehr freundlich – die Redaktion wird sich zu den Medien Gedanken machen, ein entsprechender Beitrag in LWF aktuell ist auch geplant.*



In dieser Form sind eine ganze Reihe der Interviews abgelaufen und gerne berichten wir an dieser Stelle über die Ergebnisse. Allen Teilnehmern an der Befragung sei herzlich für ihre Auskunftsbereitschaft gedankt.

## Anlass der Untersuchung

Im Jahr 2012 hat der Lehrstuhl für Wald- und Umweltpolitik in enger Abstimmung mit der LWF eine Evaluierung der Printmedien vorgenommen. Inzwischen hat die LWF eine neue Strategie für die Jahre 2015 bis 2019 entwickelt. Mit einer erneuten Analyse der Printmedien sollte überprüft werden, wie sich der Bekanntheitsgrad und das Image der Medien entwickelt hat.

Als Zielgruppe wurden Revier-, Abteilungs- und Bereichsleiter der Bayerischen Forstverwaltung und Geschäftsführer forstlicher Zusammenschlüsse stellvertretend für die forstliche Praxis für die telefonische Befragung ausgewählt. Ein Ergebnis vorweg. Die Vielzahl der Befragungen im Forstbereich hat offensichtlich zu einer gewissen Befragungsmüdigkeit geführt. Konnten 2012 noch 121 Förster und Försterinnen und Geschäftsführer und Geschäftsführerinnen erreicht werden, waren es mit einem vergleichbaren Aufwand 2019 noch 87. Bei der Befragung wurde auf eine gleichmäßige Verteilung über die Regierungsbezirke hinweg geachtet.



1 Die Printprodukte der LWF waren wie schon 2012 auch 2019 Gegenstand einer Leserbefragung der TU München.

volle Zustimmung). Der Redaktion und den Autoren gelingt es offensichtlich, die Sprache der Praktiker zu treffen. Wissenschaftliche Ergebnisse können nur dann in der Praxis umgesetzt werden, wenn diese auf eine verständliche Art und Weise vermittelt werden. Der häufige Vorwurf an die Wissenschaft, unverständlich und kompliziert zu formulieren, trifft auf LWF aktuell offensichtlich nicht zu. Es gelingt, einen Kompromiss zwischen den Anforderungen an Wissenschaftlichkeit und praktischer Relevanz zu formulieren. Etwas schwächer schneidet LWF aktuell beim Praxisbezug ab. 85% bestätigen dem Medium Praxisbezug (39% volle Zustimmung). Trotz dieser insgesamt hohen Zustimmung, zeigt sich hier ein gewisser Handlungsbedarf. Dagegen sind 94% der Praktiker der Auffassung, LWF aktuell sei abwechslungsreich (56% volle Zustimmung). Offensichtlich trifft die Gestaltung die Erwartungen der Befragten in vollem Umfang.

Grundlage der Befragungen war ein stark strukturierter Fragebogen, der Aussagen zu folgenden Bereichen ermöglichte:

- Aufgaben der LWF
- Bekanntheit der LWF-Printmedien
- Nutzungshäufigkeit der Medien
- Beurteilung der Medien
- Themenwünsche für die Medien
- Soziodemographie der Befragten

**Ergebnisse**

Bei der Wahrnehmung der Aufgaben der LWF steht nach wie vor die Forschung für 72% der Befragten im Vordergrund. Eine deutliche Verschiebung zeigt sich bei den Aufgaben Wissenstransfer bzw. Unterstützung der Organisationen. So nehmen die Befragten die LWF stärker als Informationsquelle für die Praxis wahr. Den Befragten fallen als Printmedien der LWF spontan LWF aktuell und die LWF Merkblätter ein, die in der täglichen Arbeit offensichtlich eine größere Rolle spielen als LWF Wissen, die Spezialhefte oder die Faltblätter. Auf Nachfrage kennen alle Befragten LWF aktuell und die Merkblätter, 83% LWF Wissen und die Faltblätter, 58% LWF Spezial. 79% der Befragten haben eine Publikation in den letzten zwei Wochen, weitere 15% im letzten Monat genutzt. Die Flaggschiffe der LWF sind nach wie vor LWF aktuell und die LWF Merkblätter, weshalb sich die folgenden Ergebnisse auf diese Medien konzentrieren werden.

**LWF aktuell nach wie vor voll im Trend**

Betrachten wir zunächst die Lesehäufigkeit von LWF aktuell: 11% (2012: 18%) der Leser geben an, die Hefte größtenteils, 20% (2012: 30%) etwa zur Hälfte zu lesen. Der Rest selektiert einzelne Beiträge, die für sie von besonderem Interesse sind. Nur ein Befragter legt das Heft auf die Seite, ohne einen Blick hineinzuzwerfen. Dieses Ergebnis verdeutlicht, dass die Zielgruppe ein großes Interesse an diesem Printmedium hat und die Themen offensichtlich von großer Relevanz sind. Wie wird nun die Aufmachung von LWF aktuell beurteilt? Dabei konnten die Befragten unterscheiden, ob sie der jeweiligen Aussage (formuliert als Statement) zur optischen Gestaltung, der thematischen Auswahl, der Verständlichkeit und der Praxisbezogenheit »voll«, »eher«, »eher nicht« oder »nicht« zustimmen. 98% der Befragten, die sich zur optischen Gestaltung äußerten, stimmten dem Statement »LWF aktuell ist optisch ansprechend gestaltet« zu (64% volle Zustimmung). Die Gestaltung entspricht offensichtlich weitgehend den Erwartungen der Leser. 98% der Praktiker bestätigen, dass die LWF aktuell interessante Themen aufgreift (56% volle Zustimmung). Die thematische Auswahl kann somit als ausgesprochen gelungen beurteilt werden. 96% der Befragten stimmen dem Statement zu, dass die LWF aktuell verständlich geschrieben ist (50%

Im Vergleich mit den Zustimmungswerten von 2012 zeigen sich in der Summe ähnliche Zustimmungswerte, allerdings hat die volle Zustimmung durchgängig abgenommen. Dies kann sehr unterschiedliche Gründe haben. Spannend wäre die Untersuchung der These, dass die zunehmende Verunsicherung der Praxis im Rahmen des Klimawandels sich in diesen Ergebnissen spiegelt. Faßt man die Ergebnisse der Bewertungen zusammen, so ist LWF aktuell nach wie vor optisch ansprechend und abwechslungsreich gestaltet, greift aktuelle Themen auf, ist verständlich geschrieben, könnte jedoch einen noch stärkeren Bezug zur Praxis aufgreifen. Das Image in der Praxis ist somit erfreulicherweise ausgesprochen positiv und die Kundenorientierung gelingt offensichtlich sehr gut. Das Bild bestätigt sich auch in den offenen, fast durchgehend positiven Kommentaren der Praktiker. Kritikpunkte, die vereinzelt auftraten, bezogen sich auf die Medienpräsenz (PDF-Download, Verlinkung zu anderen Artikel), oder die Länge der Beiträge, wobei diese mal als zu lang, mal als zu kurz beurteilt wurden. Bei den Themenwünschen ergab sich ein sehr breites Spektrum, wobei der Wald(um)bau, Klimawandel und die Baumartenwahl besonders herausstachen. Auch Themen aus den Bereichen Waldschutz und Naturschutz treffen auf große Resonanz. Aus der Themenviel-

