



**THÜRINGENFORST**

Wir machen den Wald. Für Sie!

# **Dynamisch, bürgerorientiert und leicht zu verstehen**

## Statement zum Slogan von Thüringen Forst

ThüringenForst, 2015



**THÜRINGENFORST**

Wir machen den Wald. Für Sie!

## **Dynamisch, bürgerorientiert und leicht zu verstehen: Unser Slogan „Wir machen den Wald. Für Sie“**

„Auf diese Steine können Sie bauen“ (Schwäbisch Hall (Bausparkasse)) oder „Mittendrin statt nur dabei“ (DSF) sind mehr oder weniger bekannte Slogans, die nur einen Zweck haben: In kompakter Form eine Aussage vermitteln und die Öffentlichkeit darauf aufmerksam machen. So beispielsweise durch die Betonung von Vorteilen von Produkt, Person oder Ideen: „Vorsprung durch Technik“ (Audi) - „Quadratisch. Praktisch. Gut“ (Ritter Sport) - „Gut. Besser. Paulaner“ (Paulaner). Oder durch einfache, direkte, prägnante und treffende Aussage: „Atomkraft, nein danke.“ Durch Humor: „Wir können alles. Außer Hochdeutsch“

### **Weil einfach einfach einfach ist!**

Slogans werden hauptsächlich in der Werbung oder Markenkommunikation und in der Politik („Yes we can“ / Modell Deutschland) verwendet. Ziel ist die Verdichtung einer konzeptionellen Idee in einem meist umgangssprachlichen Satz. Man könnte auch sagen: Weil einfach einfach einfach ist!

Einfachheit gebietet sich schon deshalb, weil es sich bei der Kommunikation immer um ein Sender-Empfänger-Modell handelt. Dieses Modell ist sehr störanfällig. Vor allem unter der Prämisse, dass in einer demokratischen Gesellschaft und auch Wirtschaft nach Möglichkeit jeder verstehen soll, worum es geht. Da stellt allein schon der Sprachgebrauch aufgrund unterschiedlicher Bildungsabschlüsse sowie unterschiedlicher sozialer und regionaler Herkünfte eine nicht unerhebliche Hürde dar.

### **Sprachlicher Hürdenlauf: Die Fachsprache**

Im Kontext mit sprachlichen Hürden gibt es eine interessante Nische: Die Fachsprache. Forstsprache ist eine Fachsprache. Hinter fast jedem Fachbegriff steht ein komplexes Miteinander von Fakten. Fachwissen ist auch eine Form von Herrschaftswissen. Da fällt es nicht jedem leicht zu teilen. Genauer gesagt sich verständlich jedem mitzuteilen. Das war und ist bei Medizinern auch so. Auch die Medizin ist eine altherwürdige Wissenschaft, die ihre eigene Sprache ausgebildet hat. Und weil altherwürdig, bedient man sich auch hier der geschichtsträchtigen lateinischen Sprache.



**THÜRINGENFORST**

Wir machen den Wald. Für Sie!

Aber eine medizinische Diagnose ist eine zu tiefst persönliche Angelegenheit. Sie muss verstanden werden. So haben die meisten Ärzte gelernt, komplexe Sachverhalte einfach auszudrücken. Häufig werden dabei zunächst die Fachbegriffe benutzt, um Sie sogleich umgangssprachlich zu erläutern. Ärzte wollen und müssen verstanden werden. Gewisse Ungenauigkeiten in der allgemeinen Sachverhaltsdarstellung nehmen Sie zu Gunsten der allgemeinen Verständlichkeit in Kauf.

Dieser individuellen Kommunikation steht die Massenkommunikation gegenüber. Diese wird der öffentlichen Kommunikation zugerechnet, bei der Aussagen öffentlich ohne begrenzte Empfängerschaft und mittels technischer Verbreitungsmittel (z. B. Medien) erfolgen.

Im Zusammenhang mit dem Anspruch, verstanden werden zu wollen, spielen auch Satzkonstruktionen eine Rolle. Schachtelsätze verströmen für einige einen Hauch von Exklusivität und intellektueller Reife.

Einfachheit wird zumeist gegen inhaltliche Richtigkeit ausgespielt. Einfachheit als Gegenteil von Komplexität also. Und dennoch, selbst in der wissenschaftlichen Logik gilt das Prinzip, einen gegebenen Sachverhalt mit so wenigen Elementen wie möglich, somit möglichst unter Vermeidung komplexer Kausalketten zu erklären.

### **Die Logik des Einfachen ist nicht die Schlichtheit**

Einfachheit kann positiv aber auch negativ bewertet werden. Einfachheit gilt als erstrebenswert, wenn mit wenigen Mitteln möglichst viel erreicht werden kann. Dann ist sie ein Synonym für Minimalismus und Klarheit. Beispielsweise forderten antike Naturphilosophen, dass eine wahre Theorie nicht nur schön (im Sinne einer logischen, in sich stimmigen Struktur) und gut (d. h. funktional und konkret umsetzbar) sein sollte, sondern auch einfach.

Für das Verhältnis von deutscher Forstwirtschaft zu modernen Kommunikationsmethoden ergeben sich schon aus dem Sprachgebrauch gewisse Reibungspunkte, die dazu geführt haben, dass Forstwirtschaft in Deutschland ein enormes Kommunikationsdefizit aufweist.

Ein Defizit, welches inzwischen flächendeckend eingeräumt wird und zu einer Vielzahl kommunikativer Aktivitäten geführt hat. Dazu gehören auch die Bemühungen des Bereichs Unternehmenskommunikation von ThüringenForst. Ein Beispiel für das „nicht richtige Verständnis“ von Einfachheit ist die Bildzeitung. Sie gilt in weiten Teilen der Bevölkerung als einfach und zugleich auch als schlicht ...



**THÜRINGENFORST**

Wir machen den Wald. Für Sie!

Ein gutes Beispiel für Einfachheit und zugleich inhaltlicher Verlässlichkeit ist die Süddeutsche Zeitung. Sie ist bekannt für ihre kurzen Sätze. Ein Markenzeichen ist aber auch die gute journalistische Recherche.

### **Kurz. Knapp. Präzise. ThüringenForst geht es an.**

Nun liegen Werbesprache und Nachrichtensprache noch ein Stück weit auseinander. Aber eines haben Sie gemeinsam. Sie versuchen, einen komplexen Sachverhalt mit Blick auf den Empfänger auf ein Minimum zu reduzieren.

„Wir. Dienen. Deutschland.“ (Bundeswehr), „Wir lieben Lebensmittel“ (Edeka) oder „Wir machen den Weg frei“ (Volksbanken und Raiffeisenbanken) sind Slogans, die zeigen sollen, dass eine große Gemeinschaft von Menschen etwas tut, macht oder sagt. „Wir ...“ soll eine starke und exklusive Betonung einer Gruppe „Gleichgesinnter“ sein. „Wir“ Soldaten, „Wir“ von Edeka (die Lebensmittelfachleute), „Wir“ von den Volks- und Raiffeisenbanken, „Wir“ von ThüringenForst als Ausdruck gemeinschaftlicher Wahrnehmung / Identität oder sogar gemeinsam gelebter Unternehmenskultur.

„Machen“, ist ein Wort, das so herrlich die vielfältigen Interpretationsmöglichkeiten der deutschen Sprache darstellt. Machen ist ein starkes Wort. Ein Wort, das Aktivität und Durchsetzungsstärke verheißt. „Der Macher“ richtet seine Energie nach außen, auf andere Menschen und Aktivitäten. Er organisiert gerne Dinge, stellt sich gerne Herausforderungen. Er ist nicht der Manager in Nadelstreifen sondern er „handhabt“, „bewart“, „leitet“ etwas.

Stammwörter sind die lateinischen Begriffe *manus* ‚Hand‘ und *agere* „treiben“, „führen“, „tun“. Es handelt sich um eine Person im Anstellungsverhältnis, welche Managementaufgaben in einer Organisation wahrnimmt. Die wichtigsten Managementaufgaben sind Planung, Organisation, Führung und Kontrolle. Eine Rolle, die wir von ThüringenForst in vielerlei Hinsicht unter dem Terminus Waldmanagement erfüllen.

### **Das „machen“ verstärkt das „Wir“**

Neben dieser Interpretation lässt „machen“ aber auch Bedeutungen zu, wie ausführen, durchführen, erledigen oder etwas in einen bestimmten (veränderten) Zustand bringen/versetzen. Der Begriff „machen“ verbindet somit von seiner Bedeutung her den Managementaspekt, wie auch den handwerklichen Aspekt in einer idealen Weise miteinander.



**THÜRINGENFORST**

Wir machen den Wald. Für Sie!

Gerade so, wie unser Personal aufgestellt ist. Forstwirt, Forschung, Ingenieure, Jäger, Förster und andere. Das „machen“ unterstreicht noch einmal das „Wir“. Und ein wirtschaftlicher Aspekt steckt als Synonym auch noch drin. Wir „machen“ - Gewinn. Aus vielerlei Blickrichtungen heraus ergibt sich ein positiv besetzter Begriff, der so wirkt, weil er ehrlich und zupackend erscheint.

Wir machen den Wald. Leichte Irritation: Wir machen den Wald? Wir machen Holz. Ja! Man macht Heu. Ja! Aber Wald machen? Wald wächst und gedeiht mehr oder weniger ohne Hilfe. Fast richtig. „Machen“ wirkt hier zugleich wie ein kleiner Störer in einer Anzeige. Gut so! Denn Denken ist erlaubt! Wald ist Natur. Wald liefert Sauerstoff und sorgt für sauberes Trinkwasser. Wald hält das Erdreich zusammen. Das Waldland Thüringen hat 34 Prozent davon.

### **Seit über 300 Jahren „macht“ die Forstwirtschaft den Wald**

Doch Wald hat auch Funktionen für die Bevölkerung, das Klima und natürlich die Forstwirtschaft. Diese Überschneidungen müssen gestaltet werden. Denn die Kulturlandschaft muss „gemacht“ werden. Der Wald wird seit über 300 Jahren gemacht. ThüringenForst hat sich bei der Waldbewirtschaftung dem Nachhaltigkeitsprinzip verpflichtet.

Aus ökologischen und sozialen Gründen wird der Kulturwald gepflegt. Pflege heißt Planung, Umsetzung und Kommunikation. Das ist unser Waldmanagement, von der Forsteinrichtung über den Waldumbau bis hin zum Wildmanagement. So haben wir es in unserem Leitbild definiert.

### **Für Sie!**

Im „Für Sie“ steckt die Tatsache, dass hinter allen Aktivitäten der Allgemeinsinn steht. Denn neben dem Management generieren wir Arbeitsplätze, Steuereinnahmen, Holz für die Möbelindustrie und „machen“ noch etwas für den Klimaschutz. Das ist Dienst an der Gemeinschaft in Reinkultur und zeugt von einer hohen Dienstleistungsbereitschaft. Wir sprechen die „Masse Mensch“ direkt an. Wir legen Zeugnis ab über unsere gemeinsame Identität (wir).

Das spricht für unseren Zusammenhalt. Wir sagen, dass wir aktiv sein wollen, werden, sind (Wir machen...). Und wir geben ein Versprechen: Wir kümmern uns! Denn wir machen etwas für jeden einzelnen (Für Sie) und somit zugleich für die Gesamtheit aller Bürger. Wir sagen den Leuten: „Schaut her! Wir können es! Vertraut uns! Denn wir machen den Wald! Für Euch!“