

Social Marketing und Bildung für eine nachhaltige Waldwirtschaft

Ziele des Projekts

- Vermittlung von Wissen zu den und Verbesserung des Verständnisses für die ökologischen, sozialen, kulturellen und ökonomischen Funktionen des Waldes
- Erhöhung der Akzeptanz für die Ziele einer Nachhaltigen Waldwirtschaft
- Stärkung der Nachfrage nach dem nachhaltigen Roh-, Bau- und Werkstoff Holz

Arbeiten am ECOLOG-Institut

- Untersuchung der Einstellungen zu Wald und Holz in der Bevölkerung, unter Berücksichtigung von Alter, Bildung, Einkommen und Lebensstilen
- Analyse der direkten Kommunikation und der Medienberichterstattung zu 'Wald und Holz' auf überregionaler Ebene und in ausgewählten Regionen
- Entwicklung von Konzepten für Kommunikation und (informelle) Bildung zum Leitbild *Nachhaltige Waldwirtschaft*

Projektpartner

- Sinus Sociovision, Heidelberg
- Universität Lüneburg, Institut für Umweltkommunikation

Ansprechperson

Dr. Silke Kleinhüchelkotten: [silke.kleinhueckelkotten\(@\)ecolog-institut.de](mailto:silke.kleinhueckelkotten(@)ecolog-institut.de)

Förderung

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)

Laufzeit

04.2005 bis 05.2008

Ansprechperson

Dr. Silke Kleinhüchelkotten: [silke.kleinhueckelkotten\(@\)ecolog-institut.de](mailto:silke.kleinhueckelkotten(@)ecolog-institut.de)

Publikationen

- Kleinhüchelkotten S., Neitzke H.-P., Stöcker R. (2010). Wald und Holz in überregionalen und regionalen Tageszeitungen. *Forst und Holz* 65 (1): 31-36

- Kleinhüchelkotten S., Calmbach M., Glahe J., Neitzke H.-P., Stöcker R., Wippermann C., Wippermann K. (2009). Kommunikation für eine nachhaltige Waldwirtschaft. Schlussbericht zum Teilprojekt. ECOLOG-Institut, Hannover
Link zum [Bericht](#)
- Kleinhüchelkotten S., Glahe J., Neitzke H.-P. (2009): Kommunikation zu Wald und Holz. Forst und Holz 64 (4): 20-26
- Kleinhüchelkotten S., Neitzke H.-P., Wippermann C. (2009): Einstellungen zu Wald, Forstwirtschaft und Holz in Deutschland. Forst und Holz 64 (4): 12-19
- Kleinhüchelkotten S., Wippermann C. (2008). Anschlussfähigkeit des Leitbilds 'Nachhaltige Waldwirtschaft' in der Bevölkerung. In: K.-S. Rehberg (Hrsg.), Die Natur der Gesellschaft: Verhandlungen des 33. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Kassel 2006. Teilbd. 1 u. 2. Campus Verl., Frankfurt am Main: 3770-3780
Link zur [Publikation](#)

Weitere Publikationen zum Projekt

- Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung GmbH (2008). Einstellungen der Deutschen zum Wald. Zusammenfassung zum Projekt 'Social Marketing für eine nachhaltige Waldwirtschaft. UFZ, Leipzig
Link zur [Zusammenfassung](#)
- Scinexx: Deutsche wissen nicht viel über den Wald. Studie: Bürger setzen auf Nachhaltigkeit statt auf Romantik
Link zur [Publikation](#)