



# Willkommen zur Präsidentenkonferenz BWB

Restaurant Linde, Belp  
22. August 2013



# Themen

- ✿ **Orientierungen**
  - Personelles
  - OdA Wald BE/VS
  - Politische Geschäfte
  - BHFF Inkasso
  - Zertifizierung
  - Jagd & Wild
  - Weiterbildung
  
- ✿ **Zukunft BWB und Regionalverbände**
  
- ✿ **Arbeit mit Medien**



BERNER WALDBESITZER **BWB PFB**  
PROPRIÉTAIRES DE FORÊTS BERNOIS

# Orientierungen – Personelles

Hans-Ulrich Kaiser ist verstorben





BERNER WALDBESITZER **BWB PFB**  
PROPRIÉTAIRES DE FORÊTS BERNOIS

# Orientierungen – OdA Wald BE/VS

Hannes Aeberhard



## Orientierungen – Politische Geschäfte

### National

13.3569 : Ermöglichung der öffentlichen Waldnutzung unter Ausschluss der Waldeigentümerhaftung für walddtypische Gefahren (Po)

13.415 : Bekämpfung der invasiven Neobioten ermöglichen (Palv)

13.414 : Waldpolitik 2020. Erschliessungen als Voraussetzung für die effiziente und wirksame Zielerreichung (Palv)

12.4148 : Bessere Nutzung des regionalen Wald- und Restholzes durch regionale Holzkraftwerke (Po)

12.3877 : Erschliessung als Voraussetzung für die Nutzung des Ökorohstoffs Holz (Mo)

12.477 : Verwendung von Schweizer Holz in Bauten mit öffentlicher Finanzierung (Palv)



BERNER WALDBESITZER **BWB PFB**  
PROPRIÉTAIRES DE FORÊTS BERNOIS

# Orientierungen – Politische Geschäfte

## **Stellungnahmen**

- Stellungnahme: Kantonalen Waldverordnung
- Stellungnahme: Mehrnutzung von Energieholz in Versorgungskrisen

## **Offene Stellungnahmen**

- Stellungnahme: Waldgesetzrevision (CH)
- Stellungnahme: Revision Umweltschutzgesetz



# Orientierungen - BHFF

## Aktueller Stand

- Inkasso 2011 ist versendet
- Inkasso 2012 voraussichtlich bis Ende September 2013 abgeschlossen
- Neue Inkassoregelung im Privatwald ab neuer Holzschlagbewilligung möglich (September/ Oktober 2013)

## Ablauf

- Kopie der Holzschlagbewilligung (HSB) gelangt von Waldabteilung zum BWB
- BWB stellt aufgrund HSB eine Zahlungseinladung aus.
- Dauerabrechner zahlen einmal jährlich



BERNER WALDBESITZER **BWB PFB**  
PROPRIÉTAIRES DE FORÊTS BERNOIS

# Orientierungen - Zertifizierung

## Waldzertifizierung

### FSC/PEFC

Zertifizierungskommission schlägt Mehrjahresverträge vor (5 Jahre), damit nicht jedes Jahr entschieden werden muss, ob die Gruppe weitergeführt werden soll.

Bereich Spritzmittel arbeitet eine Arbeitsgruppe an einer schweizerischen Lösung.





## Orientierungen – Jagd & Wild

- Jagdplanung 2013 ist zufriedenstellend verlaufen. Sehr gute Zusammenarbeit mit Vertretern der LOBAG
- Teilweise konnten Mehrheiten für höhere Abschüsse gefunden werden
- Nach wie vor zuwenig Jäger – bewilligter Abschuss kann nicht erfüllt werden
- Jagdkommission beantragt dem Regierungsrat: Einsetzung einer Arbeitsgruppe zur Erarbeitung von Vorschlägen für die Erleichterung der Jagd.
- VOL hat bis heute nicht reagiert. Zeit drängt.



BERNER WALDBESITZER **BWB PFB**  
PROPRIÉTAIRES DE FORÊTS BERNOIS

## Orientierungen – Weiterbildung

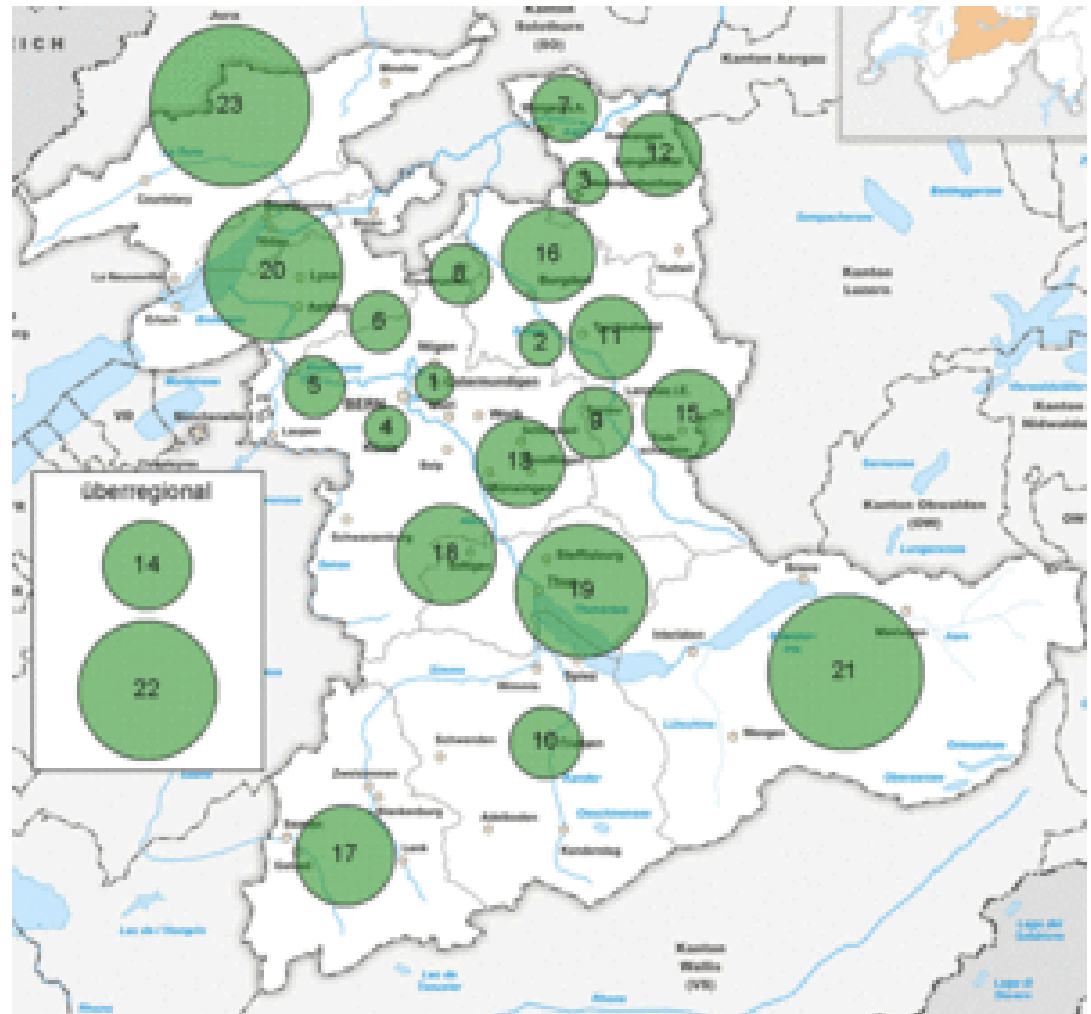
- Exkursion nach Kempten war gut besucht.
- Für Oktober der Besuch des Bindingpreis Trägers, Forstrevier Goms angedacht.

**Erfolgreicher Zusammenschluss von Waldeigentümern zu wirtschaftlich erfolgreichem Forstbetrieb.**



# Zukunft BWB und Regionalverbände

**BWB heute**





# Zukunft BWB und Regionalverbände

## Ausgangslage

- ✿ Waldeigentum wechselt zunehmend in urbane (städtische) Hände
  - ✿ Anteil Waldeigentümer, der kein Interesse an Waldbewirtschaftung zeigt nimmt zu (kein Einkommensbestandteil mehr – sondern ein Liebhaberobjekt)
  - ✿ In gewissen Regionen findet ein Mitgliederschwund statt. Das Durchschnittsalter der Mitglieder steigt an.
  - ✿ «Neue» Waldbesitzer wollen sich nicht unbedingt einbinden lassen.
  - ✿ Organisierte Waldbesitzer wollen teilweise nicht in regionalen Verbänden Mitglied werden.
  - ✿ Holzvermarktungsorganisationen werden umfassende Dienstleister.
- 
- Es geht potenzielle Mitgliedschaftsfläche verloren.
  - Der Anteil Trittbrettfahrer nimmt zu.



# Zukunft BWB und Regionalverbände

## Lösungen

- die gibt es noch nicht ... sind zu erarbeiten.

## Vorgehensweise

- Einsetzung einer Arbeitsgruppe aus der Präsidentenkonferenz (Interessierte melden sich bitte bei der Geschäftsstelle)
- Konkretisierung der Ausgangslage der Zielsetzung und der Herausforderungen.
- Erarbeitung von Lösungen
- Evt. Statutenanpassung

Konsultativabstimmung in Präsidentenkonferenz ergibt: eine überwiegende Mehrheit ohne Gegenstimme stimmt der vorgeschlagenen Vorgehensweise zu.



# Zukunft BWB und Regionalverbände

## Leitfragen

- ❁ Wie hat sich unsere Regionalorganisation in den letzten 10 Jahren entwickelt? (Mitglieder, Fläche).
- ❁ Was sind für unsere Regionalorganisationen die drei wichtigsten Herausforderungen (Probleme) heute?
- ❁ Wie haben wir bisher versucht diese Herausforderungen zu bewältigen?
- ❁ Welche Aufgaben soll der BWB künftig wahrnehmen?



## Arbeit mit Medien

### Stichworte zur Arbeit mit Medien

- ✿ Nachrichtenwerte bieten – das ausserordentliche interessiert
- ✿ Einladung der Medien
- ✿ Medienmitteilung verfassen
- ✿ Artikel verfassen
- ✿ Umgang mit Journalisten



## Arbeit mit Medien

### DIE NACHRICHTENWERTE MEINES ANLASSES

Nachrichtenwert	Trifft auf meinen Anlass zu (ja oder nein)
Aktualität	
Konflikt	
Nähe	
Prominenz	
Verstoss gegen das Gesetz	
Verstoss gegen die Moral	
Negativität	
Exklusivität	
Bilder	

### CHECKLISTE: DAS GEHÖRT IN EINE MEDIENEINLADUNG

Folgende Punkte sollten in einer mediengerecht aufbereiteten Einladung enthalten sein:

- Übertitel:** Er gibt eine erste Orientierung; hier steht zum Beispiel, um welchen Anlass es sich handelt.
- Haupttitel:** Hier wird der für die breite Öffentlichkeit interessanteste beziehungsweise relevanteste Punkt herausgehoben.
- Untertitel:** Wenn Sie keinen Übertitel schreiben möchten, können Sie in einem Untertitel Zusatzinformationen liefern.
- Lead:** In einem kurzen Vorspann, dem sogenannten Lead, werden die wichtigsten Angaben zusammengefasst.
- Haupttext:** In einem knappen Haupttext werden die wichtigsten Informationen ausgeführt.
- Anmeldung:** Falls Sie wissen möchten, ob Sie mit Medienvertretern rechnen dürfen, bitten Sie die Journalistinnen und Journalisten, sich innerhalb einer bestimmten Frist anzumelden.
- Absender:** Ein klar identifizierbarer Absender steht mit Name, Mailadresse und Telefonnummer für weitere Fragen zur Verfügung.

#### Beachten Sie ausserdem:

- Eine Einladung sollte maximal eine A4-Seite füllen. Längere Texte werden von den Redaktionen nicht gelesen.





## Arbeit mit Medien

### CHECKLISTE: DAS GEHÖRT IN EINE MEDIENMITTEILUNG

- Übertitel: Im Übertitel stehen zum Beispiel der Anlass oder der Absender (also die betreffende Institution).
- Titel: Der Titel soll das Interesse des Lesers wecken, einfach und verständlich sein und auf das zentrale Thema der Mitteilung fokussieren.
- Untertitel: Alternativ zum Übertitel kann auch ein Untertitel Ergänzungen zum Titel liefern.
- Lead: Der Vorspann zum Haupttext fasst auf wenigen Zeilen das Wichtigste zusammen.
- Haupttext: Der Haupttext führt in drei bis maximal fünf Abschnitten die Details aus. Wichtig: Alles Nebensächliche muss weggelassen werden. «Anschliessend wurden an verschiedene Leute schöne Blumensträusse übergeben.» – diese Information hat für die breite Öffentlichkeit keinerlei Bedeutung.
- Absender: Es muss klar sein, wer den Text verfasst hat; auch müssen die Medienleute für Nachfragen eine Kontaktperson mit Angaben zur Erreichbarkeit haben.

### Beachten Sie ausserdem:

- Eine Medienmitteilung sollte nie länger als ein A4-Blatt sein.
- Der Lead muss die sieben W-Fragen beantworten: Wer? Was? Wie? Wann? Wo? Warum? Wozu?
- Verwenden Sie eine allgemein verständliche Sprache (keine Fachausdrücke und Fremdwörter). Machen Sie kurze, einfache Sätze.
- Zitate in direkter Rede lockern den Text auf.
- Zeitungstexte werden meist von hinten gekürzt. Platzieren Sie deshalb die Information, die am ehesten weggelassen werden kann, am Schluss des Textes.



# Arbeit mit Medien

## CHECKLISTE: SELBER GESCHRIEBENER ARTIKEL

Wenn Sie einen Text verfassen, der in der Zeitung abgedruckt werden soll, achten Sie auf folgende Punkte:

- Sie schreiben den Artikel nicht für Ihre Vereinskollegen, sondern für ein breiteres Publikum. Überlegen Sie sich deshalb gut, was Sie mit dem Text erreichen wollen und an wen er sich vor allem richtet. Geht es Ihnen um Imagepflege? Um Mitgliederwerbung?
- Am besten formulieren Sie in einem Satz einen sogenannten Aussagewunsch, also eine Botschaft, die auf den Punkt bringt, was Sie aussagen möchten. Überprüfen Sie beim Schreiben immer wieder, ob das, was Sie berichten, diesem Aussagewunsch entspricht – so ist Ihr Text fokussiert und auch für ein breites Publikum interessant. Zum Beispiel für den auf Seite 57 stehenden Bericht über die Pfadiaktion: «Pfadis machten mit einem gelungenen Aktionsnachmittag in der Stadt auf ihre Aktivitäten aufmerksam.»
- Formulieren Sie einen aussagekräftigen, zwischen 20 und 25 Zeichen langen Titel.
- Fassen Sie in einem Lead, einem kurzen Vorspann, das Wichtigste zusammen; formulieren Sie den Lead so, dass er Lust zum Weiterlesen macht. Der Lead sollte maximal 5 Zeilen lang (ca. 150 Zeichen) und in Fett- oder Kursivschrift geschrieben sein, damit er sich optisch vom Rest des Textes abhebt.
- Der Text sollte nicht länger als 60 bis 80 Zeilen à 35 Zeichen sein (das entspricht einer Spaltenbreite in der Zeitung). Als Richtwert können Sie sich auch an einer Zeichenzahl von 2000 bis 2500 orientieren. Längere Texte werden in den meisten Fällen gekürzt.
- Der Text muss die sieben W-Fragen beantworten: Wer? Was? Wann? Wo? Warum? Wie? Wozu? Lassen Sie Nebensächliches und für eine breite Öffentlichkeit nicht Interessantes weg. Verzichten Sie auf Insideranspielungen sowie auf Worthülsen und «überstrapazierte» Redewendungen, die für ein breites Publikum keinen Informationsgehalt haben. Beispiele: «Müde, aber glücklich kehrten die Turner heim.» – «Beim anschliessenden geselligen Beisammensein wurde noch die eine oder andere Anekdote ausgetauscht.»
- Verwenden Sie eine einfache Sprache ohne Fachausdrücke und Fremdwörter, machen Sie kurze Sätze. Verzichten Sie auf Abkürzungen und Ausdrücke, die nur den Vereinsmitgliedern bekannt sind. Wenn Sie ohne solche nicht auskommen, führen Sie sie bei der ersten Erwähnung aus.
- Schildern Sie möglichst konkret, was am Anlass zu sehen und zu erleben war.
- Flechten Sie Zitate in direkter Rede ein, das lockert den Beitrag auf.



### Umgang mit Journalisten

- ✿ Nur Medien einladen, die auch nach GMV ein Interesse haben können.
- ✿ Journalisten berichten immer «sachlich» – eine wohlwollende Berichterstattung sollte nicht verlangt werden.
- ✿ ESKIMAU – Es Kommt Immer Aus. Es bringt nichts gewisse Informationen verheimlichen zu wollen. Besser ist es, eine gute Antwort für die möglichen Fragen vorzubereiten.



BERNER WALDBESITZER **BWB PFB**  
PROPRIÉTAIRES DE FORÊTS BERNOIS

## Verschiedenes

- **Holzmarkt**
- **WVS Mitgliedschaft**
  
- **Hauptversammlung BWB**  
Datum: 25. Oktober 2013

### **Programm:**

10.00 Uhr bei Försterstein auf Frienisberg, Besuch Chutzentrum,  
Mittagessen

13.30 Uhr Start Hauptversammlung im Frienisberg

### **Unterlagen zur Präsidentenkonferenz**

<http://www.bwb-pfb.ch/intranet/>

Passwort: forst2013



BERNER WALDBESITZER **BWB PFB**  
PROPRIÉTAIRES DE FORÊTS BERNOIS

**Herzlichen Dank für die  
Aufmerksamkeit**

WALDBESITZER

