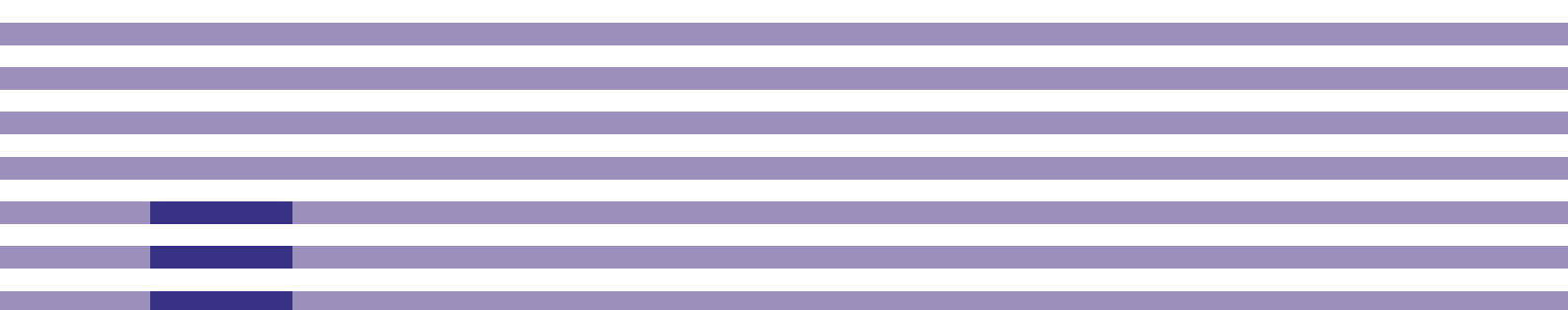




Das Image der Holzwirtschaft **Qualitative Studie**



Europäische
Kommission



Das Image der Holzwirtschaft

Qualitative Studie über das Image
der Holzwirtschaft in der Öffentlichkeit der
Mitgliedstaaten der Europäischen Union

Schlussbericht

Generaldirektion Unternehmen



Europäische
Kommission

Zahlreiche weitere Informationen zur Europäischen Union sind verfügbar über Internet, Server Europa (<http://europa.eu.int>).

Eine erneuerte Webseite der Aktivitäten des Referats „Forstindustrie“ der Generaldirektion Unternehmen kann via Server Europa konsultiert werden: http://europa.eu.int/comm/enterprise/forest_based

Bibliografische Daten befinden sich am Ende der Veröffentlichung.

Luxemburg: Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften, 2002

ISBN 92-894-4124-0

© Europäische Gemeinschaften, 2002

Printed in Italy

GEDRUCKT AUF CHLORFREI GEBLEICHTEM PAPIER



Hinweis für den Leser	5
Einleitung, Ziele, Untersuchungsmethode	7
Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen	9
Die Ergebnisse im Einzelnen	
Kapitel I:	
Spontane Wahrnehmung des Waldes, seiner Erzeugnisse und der mit ihm zusammenhängenden Industriezweige und Wirtschaftssektoren	17
Kapitel II:	
Das Image der Forstwirtschaft	21
Kapitel III:	
Das Image der Holz verarbeitenden Industrie	29
Kapitel IV:	
Das Image der Möbelindustrie.	35
Kapitel V:	
Das Image der Zellstoff, Papier und Pappe erzeugenden Industrie	41
Kapitel VI:	
Das Image der Papier, Karton und Pappe verarbeitenden Industrie	47
Kapitel VII:	
Das Image des Druckereiwesens	51
Anhang I	
Die demografische Zusammensetzung der Gruppen.	57
Anhang II	
Diskussionsleitfaden	59
Weitere Informationen zur Generaldirektion Unternehmen	63



Die Generaldirektion Unternehmen der Europäischen Kommission hat eine Studie über das Image der Forst- und Holzwirtschaft ⁽¹⁾ in der breiten Öffentlichkeit der 15 Mitgliedstaaten der Europäischen Union veranlasst. Befragt wurden sowohl Erwachsene als auch Jugendliche von 16 bis 18 Jahren.

Es handelt sich dabei um eine qualitative Studie, die in enger Abstimmung mit den verschiedenen Berufsverbänden der Forst- und Holzwirtschaft vorbereitet und durchgeführt wurde.

Sie erhebt keinen Anspruch auf eine statistische Relevanz ihrer Ergebnisse. Derartige Studien erfassen nur wenige Personen (in diesem Fall wurden zwei Gruppendiskussionen unter Beteiligung von jeweils acht Personen durchgeführt) und sollen keine Zahlenwerte messen. Sie dienen vielmehr dazu, mittels einer eingehenden Analyse der offenen Diskussionsbeiträge festzustellen, welche Sichtweise besteht, und zu verstehen, worauf sie beruht.

Ziel dieser Studie ist es nicht, spezifischere Untersuchungen zu ersetzen, die in den einzelnen europäischen Ländern vor allem von den Berufsverbänden bereits durchgeführt wurden oder noch geplant sind, sondern sie zu ergänzen.

Da ihre eigentliche Aufgabenstellung darin besteht, die Sichtweise zu ermitteln und eingehend zu untersuchen, kann sie die Grundfaktoren für die in Europa herrschende Wahrnehmung und Einstellung herausarbeiten und auch die wichtigsten Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen den Mitgliedstaaten aufzeigen.

Zum einen ist dieser Studie zu entnehmen, dass unter den Bürgern große **Unkenntnis** herrscht, und zum anderen zeigt sie, dass das **Bild in der Öffentlichkeit** in mancherlei Hinsicht **verbesserungsbedürftig** ist. Dies betrifft vor allem die Themen

Umweltschutz, die Fortschrittlichkeit der untersuchten Sektoren, ihre Bedeutung für die Beschäftigung und ihre Attraktivität als Berufsziel.

□ Im Bereich *Umweltschutz* lassen die Ergebnisse erkennen, dass die umfangreichen regulatorischen Maßnahmen der Europäischen Union und die Bemühungen der betroffenen Sektoren um Anpassung nur sehr unzureichend bekannt sind, so dass die Aufklärungs- und Informationsmaßnahmen fortgesetzt und noch verstärkt werden müssen.

- Unter jenen Europäern, bei denen der Mythos des ursprünglichen Naturwaldes noch stark verwurzelt ist, herrscht häufig starke Skepsis, dass das Bild der gesunden und nachhaltigen Waldwirtschaft der Realität entspricht. Die Vorstellung, dass die Forstwirte die Regeln einer gesunden Bewirtschaftung des Waldes beachten, ist beinahe nur in Schweden und Österreich allgemein verbreitet (zumindest in Bezug auf den Staatsforst), während dies zuweilen sogar in Finnland in Zweifel gezogen wird. Darunter leidet insbesondere das Image der Forstwirtschaft, aber in unterschiedlichem Maße auch jenes der nachgeschalteten Sektoren der Holzwirtschaft.
- Mit dem Thema Recycling sind die meisten vertraut, aber es wird häufig unterschätzt, welchen Umfang die Recyclingquoten inzwischen erreicht haben.
- Die Vorstellung, dass bestimmte Sektoren der Forst- und Holzwirtschaft (vor allem die Zellstoffherzeugung und das Druckereigewerbe)

⁽¹⁾ Dazu gehören sechs Sektoren: die Forstwirtschaft, die Holz verarbeitende Industrie, die Möbelindustrie, die Zellstoff-, Papier und Pappe erzeugende Industrie, die Papier und Pappe verarbeitende Industrie und das Druckereigewerbe.

ganz besonders umweltschädlich arbeiten, ist relativ weit verbreitet; wie stark sie sich um Fortschritte bemühen, ist dagegen in unterschiedlichem Maße bekannt und anerkannt.

- In der Frage der *Fortschrittlichkeit* neigen die Europäer zu der Ansicht oder Annahme, dass die untersuchten Sektoren, wie andere auch, leistungsfähigere Produktionsverfahren und -anlagen eingeführt haben, es herrscht jedoch kaum die Vorstellung, dass Spitzentechnologien eingesetzt werden. Als besonders modern oder innovativ erscheinen in der Regel nur jene Sektoren, die die Informations- und Kommunikationstechnologie weitgehend in ihre Kerntätigkeit eingebunden haben (Druckereiwesen) oder deren Image stark vom Design geprägt ist (die Möbelindustrie und in geringerem Maße auch die Verpackungsindustrie).

Es gibt allerdings auch Ausnahmen von dieser Regel, so z. B. Länder wie Schweden oder besonders Finnland, wo die Sektoren der Forst- und Holzwirtschaft logischerweise bekannter sind und eher als hoch entwickelte Industriezweige anerkannt werden (trotz der größeren Bekanntheit und des in dieser Hinsicht besseren Images herrschen hier, wie auch in anderen Ländern, große Vorbehalte, wenn nach dem Beitrag der Forst- und Holzwirtschaft zur nachhaltigen Nutzung der Ressourcen und zum Umweltschutz gefragt wird).

- In Bezug auf die *Beschäftigung* wird der Forst- und Holzwirtschaft nur vereinzelt grundlegende Bedeutung aufgrund ihres Anteils an der Schaffung von Arbeitsplätzen oder ganz generell an der Volkswirtschaft beigemessen (dies gilt vor allem für Finnland und Schweden).

Die **berufliche Attraktivität** der einzelnen Sektoren der Holzwirtschaft ist gering. Abgesehen von den Arbeitsbereichen, bei denen ein Zusammenhang mit der Informationstechnologie oder, in geringerem Maße, dem Design vermutet wird, neigen die Bürger eher dazu, ihnen manuelle, repetitive Tätigkeiten mit niedriger Qualifikation, geringer Bezahlung und ohne große Aufstiegschancen zuzuordnen, die besonders unter den Jugendlichen unbeliebt sind, da sie keine Möglichkeit sehen, darin kreativ tätig zu sein.

Dieses **Klischee** trifft sicherlich für die Tätigkeiten in der Industrie insgesamt zu und ist nicht so sehr typisch für die Forst- und Holzwirtschaft.

In ihrem Fall ist dieses Bild allerdings durch die Art ihrer Produkte bedingt (nämlich Produkte, „die es schon immer gegeben hat“), die gemeinhin als nützlich, ja sogar unverzichtbar für den Alltag angesehen werden und durch den heutigen Fortschritt keineswegs überholt sind, die durch ihre Zeitlosigkeit gleichzeitig aber auch relativ unscheinbar sind.

Ferner ist zu beobachten, dass die verschiedenen Produktarten sehr undifferenziert wahrgenommen werden (es gibt unter den Produkten kaum spektakuläre „Aushängeschilder“, die Aufmerksamkeit erregen oder Interesse und Neugier wecken) und dass nur eine äußerst vage Vorstellung von den Sektoren herrscht, die diese Produkte herstellen.

Diese Erkenntnisse veranlassen die verschiedenen Berufsverbände der Forst- und Holzwirtschaft, darüber **nachzudenken, an welchen Aufklärungs- und Kommunikationsmaßnahmen** sie sich beteiligen könnten, für welche Maßnahmen die Forst- und Holzwirtschaft selbst zuständig ist, da alle ihre Einzelsektoren ein gemeinsames Interesse daran haben, und welche eher in der Eigeninitiative jedes einzelnen Sektors liegen.

Diese Überlegungen werden derzeit gemeinsam mit den Akteuren der Forst- und Holzwirtschaft angestellt.

Einleitung Ziele Untersuchungsmethode



- ❑ Dieser Bericht stellt die Ergebnisse einer Studie über das Image der Holzwirtschaft in der Öffentlichkeit der 15 Mitgliedstaaten der Europäischen Union vor, die im Auftrag der Generaldirektion Unternehmen der Europäischen Kommission von OPTEM ⁽²⁾ durchgeführt wurde.

Die Kommission möchte dazu beitragen, die Anstrengungen der verschiedenen Sektoren der Holzwirtschaft zur Aufwertung ihrer Tätigkeiten und Erzeugnisse zu bündeln. Ein Aspekt dieser Problemstellung betrifft die **Informations- und Kommunikationsstrategie dieses Wirtschaftszweiges**, und diese Studie soll die diesbezüglichen Möglichkeiten und denkbaren Optionen erheben.

- ❑ Die Untersuchungen bezogen sich hauptsächlich auf die folgenden Themen (im beigefügten Diskussionsleitfaden sind sie einzeln aufgeführt):

- Wie werden der Wald, seine Erzeugnisse und die Industriezweige und Sektoren, die direkt oder indirekt mit dem Wald zusammenhängen, spontan wahrgenommen?
- Welches Image haben insbesondere einige große Sektoren der Holzwirtschaft (Forstwirtschaft, Holzverarbeitung, Möbelerstellung, Zellstoff-, Papier- und Pappeherzeugung, Papier-, Karton- und Pappeverarbeitung und Druckereiwesen)?

Für jeden einzelnen Sektor wurden nacheinander folgende Fragestellungen untersucht:

- Wie wird der Sektor spontan wahrgenommen, und was weiß man über ihn?
- Welche Bedeutung und welcher Nutzen werden ihm zugemessen?

- Wie modern ist das damit verbundene Image?
- Wie wird er hinsichtlich seiner Auswirkung auf die Umwelt wahrgenommen?
- Wie werden die Unternehmen des Sektors gesehen?
- Wie attraktiv ist der betreffende Sektor als potenzieller Arbeitgeber?
- Wie wurde auf einen vom betreffenden Berufsverband ausgearbeiteten Text reagiert, in dem der jeweilige Sektor vorgestellt wird (der Berater hatte dabei die Aufgabe, die verschiedenen Darstellungen formal aufeinander abzustimmen)?

- Wie stark hat sich die Wahrnehmung der Teilnehmer ⁽³⁾ aufgrund der Diskussionen und der durch die Texte beigetragenen Informationen verändert, und welche Imagekomponenten können den verschiedenen Sektoren der Holzwirtschaft gleichermaßen zugeordnet und daher als verbindend angesehen werden?

- ❑ Die Zielgruppe der Studie war

- einerseits ein Querschnitt durch die breite Öffentlichkeit: Erwachsene (Männer und Frauen im Alter von 25 bis 60 Jahren) aus der Gruppe der mittleren Führungskräfte, Handwerker und Gewerbetreibenden, Angestellten und Arbeiter (Personen in schwierigen sozioökonomischen Verhältnissen waren ausgeschlossen);

⁽²⁾ OPTEM – BP 13 – 78950 Gambais – Frankreich.

⁽³⁾ Teilnehmer: Es sind immer Frauen und Männer gemeint. Dasselbe gilt für die Bezeichnung „Österreicher“, „Franzosen“, „Belgier“ usw.

- **andererseits Jugendliche** (junge Männer und Frauen im Alter von 16 bis 18 Jahren), die zu Haushalten der gleichen Berufsgruppen gehörten wie die befragten Erwachsenen und die entweder selbst schon berufstätig waren oder sich noch in der Ausbildung befanden (was überwiegend der Fall war).

Bei der Auswahl nicht berücksichtigt wurden Personen, die entweder selbst in einem mit der Holzwirtschaft oder ihren Erzeugnissen zusammenhängenden industriellen oder gewerblichen Sektor (oder in einer öffentlichen Organisation, die direkt mit der Holzwirtschaft befasst ist) beschäftigt sind oder zu deren Haushalt eine Person gehört, die in einem dieser Bereiche tätig ist, sowie Waldbesitzer.

Außerdem waren, wie üblich, Personen ausgeschlossen, die selbst in den Bereichen Marketing, Meinungs- und Marktforschung oder Kommunikationsforschung (Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus usw.) tätig sind oder zu deren Haushalt eine Person gehört, die in einem dieser Bereiche tätig ist.

Sowohl die Erwachsenen als auch die Jugendlichen wurden aus der Großstadtbevölkerung ausgewählt.

- **Diese Studie ist eine qualitative Studie, die auf die Methode der Gruppendiskussion zurückgreift.**

In den einzelnen Mitgliedstaaten wurden Diskussionen in jeweils zwei Gesprächsgruppen durchgeführt: Die Teilnehmer der einen Gruppe waren Erwachsene, die der anderen Jugendliche.

Mit einer solchen Studie kann man sicherlich nicht alle Ergebnisse erzielen, die man sich idealerweise für die betreffenden Industriezweige in den einzelnen Mitgliedstaaten wünschen würde. (Einige der betreffenden Industriezweige führen übrigens selbst spezifischere Untersuchungen in verschiedenen Ländern durch – die dem Berater übermittelten Berichte über diese Untersuchungen wurden bei der Vorbereitung dieser Studie berücksichtigt). Anhand der Studie können jedoch in europäischer Hinsicht einige allgemeine Erkenntnisse und Problematiken herausgestellt werden, die mit dem Image und der Darstellung der Holzwirtschaft verbunden sind.

Die Diskussionen wurden im Zeitraum Mitte Oktober bis Mitte November 2001 in folgenden

Großräumen durchgeführt: Köln (für Deutschland), Wien (für Österreich), Antwerpen (Jugendliche) und Brüssel (Erwachsene) (für Belgien), Kopenhagen (für Dänemark), Madrid (für Spanien), Helsinki (für Finnland), Paris (für Frankreich), Athen (für Griechenland), Dublin (für Irland), Mailand (für Italien), Luxemburg (für das Großherzogtum Luxemburg), Amsterdam (für die Niederlande), Lissabon (für Portugal), London (für das Vereinigte Königreich) und Stockholm (für Schweden).

Die Verantwortlichen der Generaldirektion Unternehmen und der Berufsverbände der Holzwirtschaft waren eingeladen, die Diskussionen direkt zu verfolgen, und konnten an einigen Diskussionsrunden direkt teilnehmen.

Die demografische Zusammensetzung der verschiedenen Gruppen ist im Anhang enthalten.

- **OPTEM erarbeitete das Konzept, übernahm die Koordination und erstellte die Zusammenfassung der Ergebnisse der Studie** entsprechend den Bestimmungen des von der Generaldirektion Presse und Kommunikation der Kommission verwalteten Rahmenvertrages „Qualitative Studien“.

Die Vor-Ort-Befragungen und nationalen Analysen erfolgten durch Echanges Marktforschung (Deutschland), IFM-Karmasin (Österreich), Yellow Window (Belgien), Vilstrup Research (Dänemark), Escario y Asociados (Spanien), Marketing Radar (Finnland), Optem zusammen mit BVA (Frankreich und Großherzogtum Luxemburg), Focus (Griechenland), MRBI (Irland), Market Dynamics International (Italien), PQR (Niederlande), Euroteste (Portugal), Andrew Irving Associates (Vereinigtes Königreich) und Valuescope (Schweden) (die im Rahmen des oben genannten Rahmenvertrages die Partner von Optem sind).

Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen



Die in den 15 Mitgliedstaaten der Europäischen Union durchgeführte Untersuchung erbrachte folgende Ergebnisse:

1. Das Thema **Wald** ist für viele europäische Bürger emotional besetzt. Sie neigen dazu, den Wald als „unberührtes“ und „reines“ Stück Natur zu idealisieren, das durch die Tätigkeiten des Menschen, insbesondere die wirtschaftlichen und industriellen Aktivitäten, bedroht ist.

In einigen Ländern, in denen der Wald eher als „weit weg“ (in anderen Breiten, Kontinenten) empfunden wird, sind auch distanziertere Einstellungen zum Wald anzutreffen, insbesondere in Dänemark, im Vereinigten Königreich, in Irland, in den Niederlanden und in Italien. Außerdem scheinen im Allgemeinen die Jugendlichen eine geringere affektive Bindung zum Wald zu haben als die Erwachsenen.

Nur in Finnland und in Schweden ist man sich auf Anhub der wirtschaftlichen Bedeutung des Waldes bewusst, und die mit ihm zusammenhängenden Wirtschaftszweige werden spontan als für die jeweilige Volkswirtschaft wichtig betrachtet.

In den anderen europäischen Staaten kennt man zwar die Erzeugnisse (der Papierindustrie oder der eigentlichen Holzindustrie), die Vorstellungen über die einzelnen Sektoren oder Industriezweige gehen jedoch eher durcheinander.

2. Insbesondere die **Forstwirtschaft** wird wenig als Wirtschaftstätigkeit wahrgenommen – außer wohlgerne in Finnland und Schweden.

Dass der Wald bewirtschaftet werden muss, wird nicht von allen gleichermaßen verstanden. Und wenn der Begriff der Waldbewirtschaftung verstanden wird, so wird diese vor allem als

Regelungs- und Kontrolltätigkeit der öffentlichen Hand (die gleichzeitig von vielen als hauptsächlich oder einziger Waldbesitzer angesehen wird) gesehen.

Dem Willen der (privaten) Waldbesitzer und Forstwirte zur nachhaltigen Bewirtschaftung und Achtung des „Gemeinguts“ Wald wird häufig misstraut – umso mehr, wenn es sich dabei um europäische und andere Unternehmen handelt, die im Tropenholz-Sektor tätig sind.

In den befragten Gruppen erkennen nur die Schweden und die Österreicher sehr weitgehend an, dass in ihrem eigenen Land (aber nicht zwangsläufig anderswo, selbst nicht sonst wo in Europa) die Regeln der schonenden Nutzung der Wälder durch die Waldbauern eingehalten werden. Diese Auffassung ist auch in Finnland anzutreffen, jedoch nicht so einhellig. In allen anderen Ländern werden diesbezüglich Zweifel geäußert, die unterschiedlich stark ausgeprägt sind.

Außerhalb Finnlands und Schwedens und in geringerem Maße Österreichs wird die Forstwirtschaft als traditionelle und wenig innovative Tätigkeit angesehen, und selbst in diesen drei Ländern gilt der Sektor als beruflich wenig bzw. sehr wenig attraktiv. Erwähnt man in diesem Zusammenhang moderne Methoden und Techniken, ruft man damit eher eine Art Horrorgestaltung von riesigen Maschinen hervor, mit denen Bäume gefällt und die Wälder aus Profitgier blindwütig zerstört werden, und weniger die Vorstellung von umweltverträglicher Technik.

Dieses stereotype negative Image stellt natürlich ein Problem für die Darstellung des Forstsektors dar. Es betrifft aber auch, wenngleich in unterschiedlicher Weise, die nachgeordneten Sektoren der Holzwirtschaft, die tendenziell für

die dem Wald zugefügten Schäden als mitverantwortlich betrachtet werden.

3. Von der **Holz verarbeitenden Industrie** haben viele Europäer in Bezug auf das Betätigungsfeld (einige rechnen beispielsweise die Papierindustrie dazu, andere nicht), die genauen Tätigkeiten dieses Sektors und die Produktionsprozesse nur eine ungenaue Vorstellung.

Im Allgemeinen ist bekannt, was Sägewerke sind und was sie machen (sie werden jedoch nicht immer klar von der Forstwirtschaft unterschieden), die Tätigkeiten der verschiedenen nachgeordneten Industriezweige verschmelzen dagegen (mit Ausnahme der Möbelherstellung) in der Vorstellung vieler zu einem undifferenzierten Ganzen. Generell sind die Begriffe Wirtschaftszweig, Produktionskette mit verschiedenen Produktionsstufen und Verarbeitungsindustrie wenig geläufig.

Die Bedeutung dieser Industrie wird am Nutzen ihrer Produkte festgemacht, ihre Bedeutung für die nationale Volkswirtschaft wird jedoch je nach Land ganz unterschiedlich eingeschätzt: Außerhalb der beiden skandinavischen Länder, die in hohem Maße von der Holzwirtschaft abhängen, wird der Holzverarbeitung zwar weder eine Randbedeutung noch eine geringe Bedeutung zugemessen. Sie wird aber auch nicht als wichtiger oder besonders exponierter Industriezweig betrachtet.

Obwohl ihr Image überall eine traditionelle Komponente hat, gilt diese Industrie nicht als überholt oder archaisch, und man unterstellt (mehr als dass man es sicher weiß), dass sich diese Industrie wohl wie andere auch – jedoch schrittweise und ohne aufsehenerregende Veränderungen oder spektakuläre Einschnitte – weiterentwickelt hat und neue Technologien und Produktionsanlagen einsetzt.

Ihre Auswirkungen auf die Umwelt werden als gemäßigt beurteilt (vereinzelt wird sie jedoch indirekt für das Waldsterben verantwortlich gemacht).

Ihre traditionelle Verankerung, die Vorstellung von manuellen, repetitiven Tätigkeiten, für die keine besonderen Qualifikationen erforderlich sind, die so gut wie keine beruflichen Perspektiven bieten und wenig Raum für persönliche Initiative und Kreativität lassen, machen die Holzverarbeitung nicht gerade zu einem attraktiven beruflichen Betätigungsfeld.

4. Die **Möbelindustrie** ist allen sehr viel vertrauter – was für einen Sektor, der ein Produkt betrifft, das alle brauchen, nur natürlich ist.

Dass die Möbelherstellung zu den mit dem Wald zusammenhängenden Industriezweigen gehört, stößt nicht auf Verwunderung, wenngleich einige erwähnen, dass bei der Herstellung von Möbeln auch andere Materialien verarbeitet werden. Diese Einschätzung ist teilweise auf den Aufbau der Diskussion zurückzuführen, in der die Möbelherstellung als Bestandteil der Holzwirtschaft und nicht als eigenständiger Sektor eingeführt wurde. Die lange Tradition der Holzbearbeitung ist jedoch ein wesentliches Element für die Wertschätzung dieses Industriezweiges.

Des Weiteren bezieht sich die Wertschätzung auf die ihr zugesprochene Dynamik sowie ihre anerkannte Fähigkeit zu ständiger Innovation in Bezug auf Stil und Design. Diese Fähigkeit kommt auch bei Verwendung weniger wertvoller Materialien wie Rohholz zum Tragen, das in starkem Maße von dem wachstumsstarken, gegenwärtig dominierenden Massenproduktionssegment eingesetzt wird, das wiederum durch intensive Marketing- und Werbemaßnahmen getragen wird.

Der Möbelsektor ist also für die Zielgruppe sehr präsent, es werden die bekannten Unternehmen genannt. Es ist jedoch klar, dass vor allem die (großen) Handelsketten gut bekannt sind und nicht die Produktion, deren volkswirtschaftliche Bedeutung je nach Land ganz unterschiedlich wahrgenommen wird.

Die Umweltauswirkungen dieses Sektors werden als neutral oder leicht negativ beurteilt (zumindest sobald durch die Abfolge der Diskussionsthemen bewusst wird, dass hauptsächlich Holz als Material verwendet wird). Wie bei jeder anderen Industrietätigkeit wird jedoch die Behauptung, dass sich diese Industrie positiv auf die Umwelt auswirkt, nicht akzeptiert. Ebenso wenig wird akzeptiert, dass die ethische Verantwortung für die Materialwahl, die sich wie im Fall der tropischen Hölzer umweltschädigend auswirken kann, auf den Verbraucher abgewälzt werden soll (wie es in dem den Diskussionsteilnehmern vorgelegten Text anklingt).

Als nicht sehr großer (aber immer noch insbesondere von den Jugendlichen als „Industrie“ abqualifizierter) Sektor ist er in beruflicher Hinsicht, was Design und Gestaltung oder auch was Marketing und Vermarktung angeht, attraktiver als andere Bereiche der Holzwirtschaft.

5. Die **Zellstoff, Papier und Pappe erzeugende Industrie**, die im Wesentlichen über Endprodukte wahrgenommen wird, die in den Unternehmen der nachgeordneten Verarbeitungsstufen hergestellt werden, ist als eigener Wirtschaftszweig paradoxerweise so gut wie unbekannt – und dennoch wird ihr hartnäckig ein Image der Umweltschädigung und -belastung zugeordnet.

Ihre Nützlichkeit – oder eher die der Endprodukte – wird uneingeschränkt anerkannt. Die ihr zugemessene Bedeutung für die nationale Volkswirtschaft, die in Finnland als grundlegend, in einigen anderen Ländern als groß bzw. ziemlich groß bezeichnet wird, beruht im Grunde in den meisten Ländern nur auf intuitiven Annahmen, denn ihre Bürger kennen im Allgemeinen nicht ein einziges Unternehmen dieses Zweiges.

Die dem Sektor zugesprochene Modernität, die sich mehr an innovativen Produktionsprozessen als an innovativen Produkten festmacht (man stellt sich große leistungsfähige Produktionsmaschinen vor) geht nicht so weit, dass man den Sektor der Hochtechnologie zuordnen würde, außer in Finnland.

Die Auswirkungen dieser Industrie auf die Umwelt werden meistens als negativ bzw. sehr negativ eingeschätzt. Dem liegt die in einigen Gruppen vorgebrachte Idee zugrunde, dass diese Industrie durch ihren hohen Holzverbrauch zum Waldsterben beiträgt, aber auch und noch mehr der Hinweis auf die von ihr ausgehende Belastung der Gewässer und der Luft – der in mehreren, insbesondere den nordeuropäischen Ländern sehr vehement geäußert wird. Gleichzeitig sind die Teilnehmer genau dieser Länder am besten über die Anstrengungen, die zur Verbesserung dieser Lage unternommen werden (Recycling, Wiederverwendung von Produktionsabfällen, Forschungsbemühungen um weniger schädliche Behandlungstoffe), informiert – die Verbesserungen werden allerdings nur als partiell oder graduell gesehen und werden nicht als Grund dafür akzeptiert, dass sich diese Industrie in der Öffentlichkeit als Umweltschützer präsentiert. Wie in anderen Bereichen sei auch hier Zurückhaltung angebracht, wenn man glaubwürdig sein will.

Die Attraktivität der Zellstoff, Papier und Pappe erzeugenden Industrie als berufliches Betätigungsfeld ist aufgrund des mit ihr verbundenen Images von Schwerindustrie, monotoner Arbeit, wenig

qualifizierter Arbeitsplätze und einer Umwelt schädigenden und übel riechenden Arbeitsumgebung, die insbesondere auf die Jugendlichen beinahe abstoßend wirkt, äußerst gering.

6. Was sich hinter der Bezeichnung **Papier und Pappe verarbeitende Industrie** verbirgt, ist vielen zunächst schleierhaft. Sie unterscheiden diesen Industriezweig nicht wesentlich von der in der Produktionskette unmittelbar vorgeordneten Zellstoff-, Papier- und Pappeerzeugung, die zuvor betrachtet wurde.

Nach Erhellung der anfänglichen Unklarheiten wird auch in diesem Fall die Nützlichkeit und Bedeutung dieser Industrie, über die die Teilnehmer so gut wie nichts wissen und deren Unternehmen und volkswirtschaftliches Gewicht weitgehend unbekannt sind, an ihren Produkten gemessen.

Dabei zählen die Verpackungen zu den sichtbarsten Produkten, die man als nützlich einstuft, deren übertriebene Verwendung oder unzureichende Wiederverwertung aber manchmal auch angeprangert werden.

Man spricht dieser Industrie gerne einen innovativen Charakter zu, der sowohl an ihren Produkten (neuartige Verpackungen, teilweise neue Materialien) als auch an ihren Produktionsanlagen festgemacht wird.

Ihre Auswirkungen auf die Umwelt werden zwar nur mäßig, aber immerhin kritisiert.

Die Attraktivität dieses Industriezweiges als berufliches Betätigungsfeld ist gering, wenngleich einige Teilnehmer ein gewisses Interesse an Aufgaben in den Bereichen Produktgestaltung und Design äußern. Ansonsten sind die üblichen Vorbehalte gegenüber Industriearbeit (manuelle, repetitive, wenig qualifizierte Arbeit) anzutreffen.

7. Mit dem letzten in dieser Studie untersuchten Sektor des Wirtschaftszweiges, dem **Druckereiwesen**, sind die Teilnehmer im Vergleich zu den übrigen Sektoren sehr vertraut und bringen ihm viel Wertschätzung entgegen.

Dem Druckereiwesen kommt – übrigens durch eine teilweise Vermischung von Druckerei- und Verlagswesen – die große Wertschätzung, die Bücher und Zeitungen als Träger für die Verbreitung von Information, Wissen und Kultur

genießen, zugute. Trotz der Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologien wird das Gedruckte immer noch als unverzichtbar betrachtet – auch wenn es hierzu unter den jüngeren Teilnehmern einige Diskussionen gibt.

Das Druckereiwesen wird fast überall als äußerst moderner, dynamischer und innovativer Sektor betrachtet. Zu dieser Einschätzung trägt im Wesentlichen die Nutzung der Informationstechnologien bei, dazu kommt das Image hochleistungsfähiger Produktionsanlagen mit hohem Entwicklungspotenzial.

Über die quantitative Bedeutung des Druckereiwesens für die jeweiligen nationalen Volkswirtschaften weiß man kaum etwas, aber es findet aufgrund der ihm zugeordneten wirtschaftlichen und sozialen Funktion als „Herzschlag“ oder Motor der Gesellschaft in allen Ländern Anerkennung.

Der Schwachpunkt des Druckereiwesens ist seine Auswirkung auf die Umwelt. Die umweltschädliche und sogar toxische Wirkung der verwendeten Druckfarben, Farbzusätze und anderen Chemikalien ist sehr vielen mehr oder weniger deutlich ein Begriff.

Diesbezüglich wird jedoch relativ gemäßigte Kritik geäußert, und zwar aus drei Gründen: Zum einen ist in einigen Ländern (vor allem in Nordeuropa) bekannt, dass verbesserte umweltfreundlichere Produkte auf Wasserbasis entwickelt wurden, zum anderen entgeht das Druckereiwesen durch seine sehr viel größere Entfernung zum Rohstoff Holz weitgehend dem Vorwurf, direkt oder indirekt für die Ausplünderung des Waldes verantwortlich zu sein; und schließlich wird die Versuchung, ihm alle Übel anzuhängen, durch seine positiven und dynamischen Imagekomponenten im Zaum gehalten.

Als potenzieller Arbeitgeber ist das Druckereiwesen aufgrund seiner wahrgenommenen Dynamik und vor allem aufgrund der großen Bedeutung der Informationstechnologien in seinem Bereich deutlich attraktiver als alle anderen in dieser Studie untersuchten Sektoren. Insbesondere die Jugendlichen verbinden mit dem Sektor „edle“, intellektuell ausgerichtete und entwicklungsorientierte Aufgabenstellungen in den Bereichen Gestaltung und Design. Die Produktionsseite wird dagegen als nicht besonders attraktiv gesehen.

8. Die verschiedenen Sektoren der Holzwirtschaft scheinen **teilweise dieselben Imageprobleme zu haben**.

- Dass das Argument der nachhaltigen und verantwortlichen Bewirtschaftung des Waldes durch Unternehmen, die wirtschaftliche Interessen verfolgen, nicht verstanden oder als wenig glaubwürdig eingeschätzt wird, ist vor allem für die Forstwirtschaft (und in besonderem Maße für den Tropenholz-Sektor) besorgniserregend, strahlt aber auch auf die nachgeordneten Sektoren aus.

Die diesen Sektoren zugewiesene „Mitverantwortung“ an der „Zerstörung“ des Waldes wird nach ihrem angenommenen Holzverbrauch und der „Ressourcenverschwendung“ bemessen, die man ihnen mehr oder weniger subjektiv unterstellt.

Im Mittelpunkt der Kritik steht dabei das Papiergewerbe mit der vorgeordneten Zellstoff- und „Rohpapier“-Herstellung und der nachgeordneten Papier-, Karton- und Pappeverarbeitung, der man vor allem vorwirft, den Verbraucher durch immer mehr Verpackung zur Ressourcenverschwendung anzustiften. Manche Bürger kritisieren auch, dass ihrer Meinung nach Verpackungen nicht genug recycelt werden. In welchem Umfang Nebenprodukte, Ausschuss oder Produktionsabfälle verwendet werden – darüber ist außer in Finnland kaum etwas bekannt.

Die Sektoren der Holzbearbeitung (einschließlich Möbelherstellung), die weniger in Frage gestellt werden, werden jedoch auch nicht ganz von der Kritik verschont.

Nur das Druckereiwesen, das weniger mit dem Rohstoff Holz oder Papier in Verbindung gebracht wird, ist davon weitgehend ausgenommen.

Unter diesen Umständen erscheint es uns offenkundig, dass die Sektoren der Holzwirtschaft ein Interesse daran haben sollten, einschlägige gemeinsame Aktionen zu ihrer Selbstdarstellung auszuarbeiten. Es wäre zweifellos zunächst Aufgabe der Forstwirtschaft, zu vermitteln, dass der Wald eine Kulturlandschaft ist, die gepflegt wird und gepflegt werden muss, und dass die Waldflächen in Europa nicht ab- sondern zunehmen (und dabei den Vorwürfen zu begegnen, man konzentrierte sich auf schnell

wachsende Arten und gefährde so die Artenvielfalt). Dies käme den anderen Akteuren der Holzwirtschaft aber auch zugute, und sie könnten für ihre Bereiche noch nützliche Argumente beisteuern.

- Ein anderes wichtiges Thema im Zusammenhang mit dem Umweltschutz, das Image einer Umwelt belastenden Industrie, betrifft die verschiedenen Sektoren in unterschiedlicher Weise – die Zellstoff-, Papier- und Pappeerzeugung und das Druckereiwesen sehr stark, die anderen Sektoren sehr viel weniger.

Hier muss jeder einzelne Sektor seine eigene Argumentation in Bezug auf seine spezifische Problematik entwickeln: Umweltbelastung durch Bleichmittel oder „chemische Stoffe“, die bei der Herstellung von Papierbrei und Papier eingesetzt werden, durch Druckfarben, Farbzusätze oder andere mehr oder weniger toxische Chemikalien, die im Druckereiwesen eingesetzt werden, durch Klebstoffe, Lacke und Beschichtungen bzw. Anstriche oder Lösungsmittel, die in der Möbelindustrie oder anderen Holz verarbeitenden Branchen Verwendung finden, oder durch die Schwierigkeit, bestimmte Verpackungen zu recyceln usw.

Das gemeinsame Problem der verschiedenen Sektoren ist hier nicht so sehr der Inhalt der Argumentation, sondern ihre Form.

Aus den Reaktionen der Befragten auf die ihnen vorgelegten Texte zur Vorstellung der Sektoren geht ganz klar hervor, dass die Behauptung, man leiste einen positiven Beitrag zum Umweltschutz, in der gegenwärtigen Lage nicht glaubwürdig ist, nicht einmal in den Ländern (allen voran Finnland), in denen eine ausgeprägte „Kultur“ des Holzes und seiner Nutzung vorhanden ist und wo die Bedeutung der Holzwirtschaft für die Volkswirtschaft des Landes uneingeschränkt anerkannt wird.

Jede Industrietätigkeit wird von vornherein als (mehr oder weniger) Umwelt belastend gesehen. Daher sind in diesem Bereich übertriebene anders lautende Versicherungen tunlichst zu vermeiden. Durch einen selbstzufriedenen Ton wird der Verdacht noch verstärkt, wenn man a priori als schuldig oder als verantwortlich betrachtet wird – selbst wenn die Kritik eigentlich moderat ausfällt oder zu Unrecht geäußert wird. Ein beschei-

deneres Auftreten ist daher angeraten. Es geht darum, zu zeigen, in welcher Weise man sich um eine Minderung der Umweltbeeinträchtigungen bemüht, und dies durch präzise Fakten zu untermauern.

- Ein anderes allgemeines Problem, das die meisten Sektoren betrifft, ist das relativ wenig innovative Image bzw. eine Modernität, die wenig attraktiv ist, wenn die wahrgenommenen Signale sich nur auf Mechanisierung, Automatisierung oder Produktionsausrüstungen von gigantischem Ausmaß beziehen.

Es gibt hier – abgesehen von den Aufgabenbereichen Gestaltung und Design – nur wenige Ausnahmen (in Finnland, in Schweden und in gewissem Maße in Österreich, in Bezug auf die Forstwirtschaft, sowie in Finnland in Bezug auf die Papierindustrie – Finnland ist auch das einzige Land, in dem dieser Zweig als Industrie der Spitzentechnologie anerkannt wird).

Diese Wahrnehmung ist teilweise auf eine allen Sektoren gemeinsame Ursache zurückzuführen. Obwohl der Rohstoff Holz wie im Übrigen auch Papier an sich geschätzt werden, handelt es sich doch um traditionelle Materialien, die es „schon seit jeher gibt“.

Die Bürger nehmen nicht genügend wahr, dass sich diese Materialien für umfangreiche Produktinnovationen, hochtechnische Anwendungen und aufsehenerregende Realisierungen eignen.

Die verschiedenen Branchen der Holzwirtschaft täten gut daran, dieses Potenzial besser bekannt zu machen und so gegen die Tendenz zur Banalisierung der Wahrnehmung ihrer Produkte anzugehen, die zwar uneingeschränkt als nützlich und sogar unverzichtbar anerkannt werden, aber wenig Neugier und aktives Interesse wecken.

- Das schlägt sich auch in einer geringen bzw. sehr geringen beruflichen Attraktivität praktisch aller Sektoren der Holzwirtschaft nieder.

Eine der Ursachen für diese Situation ist sicherlich das allgemein nachlassende Interesse an Arbeitsplätzen im Industriebereich. Auch den Sektoren der Holzwirtschaft haftet das Image der typischen Industrie an, die durch die Vorstellung manueller, wenig qualifizierter, schlecht bezahlter Arbeit, die

keine berufliche Perspektive und keinen Raum zur Entfaltung der eigenen Kreativität bietet, geprägt ist.

Die einzigen bemerkenswerten Ausnahmen betreffen die Aufgabenbereiche Gestaltung (insbesondere in Verbindung mit den neuen Technologien) oder Design, wo im Druckereiwesen, in der Möbelindustrie und in geringerem Maße in der Verpackungsindustrie interessante Beschäftigungsmöglichkeiten gesehen werden.

Um als berufliches Betätigungsfeld attraktiver zu werden, müssen die Sektoren der Holzwirtschaft die Vielfalt der Arbeitsplätze, die sie auf den verschiedenen Qualifikationsstufen anbieten, nach außen darstellen, um diese stereotype Vorstellung aufzubrechen.

Es gibt genug Anknüpfungspunkte für gemeinsame Aktionen mehrerer oder sogar aller Sektoren (die gesamte Papierindustrie verlangt teilweise vergleichbare Fähigkeiten und Qualifikationen, dasselbe gilt für die Holz verarbeitende Industrie). Generell könnte auch ein Austausch über die Erfahrungen mit bereits durchgeführten einschlägigen Aktionen von Nutzen sein.

- Ein letzter Punkt, der weitgehend alle Sektoren der Holzwirtschaft zu betreffen scheint, ist die große Unkenntnis von den Unternehmen und deren tatsächlichen Tätigkeiten (außer wohl gemerkt in Finnland).

Über jene, die auf den Zuliefermärkten operieren und deren Produkte „nicht von sich reden machen“, ist der Öffentlichkeit kaum etwas bekannt.

Den Unternehmen, die Endprodukte herstellen, die von dieser Zielgruppe gekauft werden, ergeht es allerdings kaum besser. Allenfalls sind die Markennamen (von Herstellern oder von Handelsketten, insbesondere bei Möbeln) bekannt, die Herstellungsunternehmen sind es jedoch nur in den seltensten Fällen.

Die Unternehmen müssen ihre Diversität, ihre Originalität und ihren Erfolg vermitteln, um die gängige monolithische Wahrnehmung zu durchbrechen.

Auch hier gibt es Anknüpfungspunkte für gemeinsame Überlegungen darüber, wie die

Attraktivität dieser Sektoren und ein positives Interesse an ihnen gefördert werden können.

Die Ergebnisse im Einzelnen



Spontane Wahrnehmung des Waldes, seiner Erzeugnisse und der mit ihm zusammenhängenden Industriezweige und Wirtschaftssektoren

1 Spontane Wahrnehmung des Waldes, seiner Erzeugnisse und deren Verwendung

- Das Einführungsthema bezog sich auf „den Wald, seine Erzeugnisse und alles, was man daraus gewinnen kann“. Die Teilnehmer waren aufgefordert, alles zu sagen, was ihnen dazu einfiel.

Durch die Analyse der ersten Äußerungen zu diesem Thema lässt sich der allgemeine psychologische Kontext erkennen, vor dessen Hintergrund im Folgenden die Wahrnehmungsweisen der verschiedenen Industriezweige der Holzwirtschaft zu sehen sind.

Aus diesen ersten Äußerungen lassen sich folgende Hauptelemente herauskristallisieren:

- **Das Gefühl der Nähe zum Wald und die emotionale Besetzung des Waldes sind je nach Land sehr unterschiedlich ausgeprägt.**

Das Gefühl der Nähe zum Wald ist in Schweden und vor allem in Finnland besonders stark. Der Wald wird hier als grundlegender Bestandteil der Identität des jeweiligen Landes und als Element der vertrauten alltäglichen Umgebung erlebt (von den befragten Großstadtbewohnern zumindest in ihrer Gefühlswelt).

Auch in Deutschland und Österreich ist das Thema Wald stark emotional besetzt. Der Mythos vom Wald als ideale Natur ist tief verwurzelt. Aber für die Bewohner der Großräume Köln (wo man sich vor allem auf die Wälder Süddeutschlands bezieht) und

Wien handelt es sich um einen recht fernen Mythos. Auch in Frankreich und in geringerem Maß in Luxemburg und in Belgien ist eine idyllische Vorstellung vom Wald als natürlichem Lebensraum schlechthin festzustellen. Trotz einer deutlich größeren Entfernung zum Wald im Alltagsleben ist diese Dimension auch bei den Portugiesen, den Griechen (die an die Wälder in Nordgriechenland denken) und den Spaniern (zumindest unter den Erwachsenen, die gefühlsmäßig in ihrer jeweiligen Provinz oder ihrem Heimatdorf verwurzelt geblieben sind, auch wenn die meisten schon lange in Madrid wohnen) zu finden.

Die Bürger der anderen Mitgliedstaaten der Union nehmen ihr Land eher als weitgehend waldlos wahr. Und obwohl auch sie teilweise den Naturmythos erwähnen, ist der Wald für sie offensichtlich etwas weit Entferntes. Er wird im Wesentlichen anderen Breiten und häufig weit entfernten Regionen zugeordnet (tropischer Regenwald, Wälder Kanadas, Wälder Nordeuropas für die Bewohner des Südens – die Dänen erwähnen jedoch an erster Stelle das nahe gelegene Schweden). Das ist also bei vielen Befragten in Dänemark, aber auch in den Niederlanden (wo – allerdings eher ausnahmsweise – die Existenz eines Staatsforsts erwähnt wird), in Irland, im Vereinigten Königreich und in Italien (wo man dazu neigt, die als begrenzt empfundenen „kleinen Wälder“, die es in der Nähe gibt, und den „großen Wald“, der ausgedehnte zusammenhängende Flächen bedeckt, und den es nur anderswo gibt, einander gegenüberzustellen – wobei die italienischen Teilnehmer aus Mailand den alpinen Wald, der zum Großteil zu Italien gehört, offensichtlich ausblenden).

In mehreren Ländern scheinen die befragten Jugendlichen psychologisch und emotional dem Wald nicht so nahe zu stehen wie die Erwachsenen. Das ist ganz offensichtlich in Spanien der Fall, Anzeichen dafür sind aber auch in Dänemark, in den Niederlanden, in Belgien, in Frankreich, in Italien und in Portugal festzustellen.

- **Eine explizit oder implizit immer gegenwärtige Umweltdimension.**

Sie äußert sich entweder

- **eher emotional:** Der Wald wird dabei als natürlicher Lebensraum, in dem Bäume, aber auch verschiedene Pflanzen, Strauchbeeren, Pilze, die dort lebenden Tiere usw. ein natürliches Gleichgewicht bilden, geschildert. Dieser Wald bietet dem Menschen Entspannung und Erholung in „reiner“ Natur, wo die Stadtbewohner hingehen können, um frische Luft zu tanken;
- **oder eher ideologisch:** Man greift das Argument der Umweltschützer vom Wald als Kohlendioxid-Senke auf, der weltweit und nicht nur lokal dazu beiträgt, den Treibhauseffekt und die Klimaveränderung einzudämmen.

Die emotional geprägte Wahrnehmung ist in den Ländern, in denen größere Nähe zum Wald empfunden wird, stärker ausgeprägt, die ideologisch geprägte Wahrnehmung in den übrigen.

Die ideologische Sichtweise scheint außerdem bei den Jugendlichen häufiger vorzukommen als bei den Erwachsenen (das ist recht deutlich in Dänemark, in Österreich, im Vereinigten Königreich, in den Niederlanden, in Luxemburg, in Frankreich und in Griechenland).

- **Die spontane Wahrnehmung der wirtschaftlichen Bedeutung des Waldes ist unterschiedlich.**

Diese Dimension wird auf Antrieb von den befragten Finnen genannt, für die die mit dem Wald zusammenhängenden Wirtschaftstätigkeiten einen ganz wesentlichen Bestandteil ihrer Volkswirtschaft darstellen. Auch ihre schwedischen Nachbarn betonen die wirtschaftliche Bedeutung des Waldes.

Die mit dem Wald zusammenhängenden Wirtschaftstätigkeiten oder Erzeugnisse werden spontan auch in Österreich, in Belgien, in Luxemburg, in Frankreich und in Portugal erwähnt, in den anderen Mitgliedstaaten dagegen weniger und nicht als erste Reaktion der Befragten (sondern, wie beispielsweise in den Niederlanden, im Zusammenhang mit der Waldbewirtschaftung in anderen Teilen der Erde).

Wenn sie sich zu diesem Thema äußern, denken die Teilnehmer der Gruppendiskussionen im Allgemeinen an die Wälder (oder das Fehlen von Wäldern) in ihren eigenen Ländern. Der Begriff des „europäischen Waldes“ ist ihnen dagegen nicht präsent.

- **Der Gedanke, dass der Wald stirbt oder bedroht ist, ist häufig anzutreffen.**

Als für das Waldsterben oder die Bedrohung des Waldes verantwortlich betrachtet werden

- **an erster Stelle die mit dem Wald zusammenhängenden Industriezweige und Wirtschaftstätigkeiten,** die den Wald als Rohstofflieferanten nutzen und in der Vorstellung vieler dabei Raubbau betreiben, was dazu führt, dass der Wald verschwindet bzw. immer weiter zurückgedrängt wird.

Diese Vorstellung ist in den meisten europäischen Ländern, sowohl unter den Jugendlichen als auch unter den Erwachsenen relativ weit verbreitet. **Das Fällen von Bäumen wird mit dem Begriff der Zerstörung des Walderbes** assoziiert, sowohl in Bezug auf die Tropenwälder als auch in Bezug auf die nationalen Wälder, außer – was Letztere betrifft – in Schweden (wo vielen bewusst ist, dass die bewaldete Fläche zunimmt), in Österreich (wo man nicht das Gefühl hat, dass der nationale Wald vom Waldsterben betroffen ist) und in geringerem Maße in einigen anderen Ländern, wo man einräumt, dass die Bewirtschaftung der Waldregionen besser geregelt und stärker überwacht werden muss (Niederlande, Frankreich und Irland, wo jüngste Regierungsmaßnahmen zur Förderung der Aufforstung erwähnt werden). Dazu kann auch die Vorstellung von „Monokultur“ kommen, wenn bei Neuanpflanzungen ausschließlich Nadel-

bäume verwendet werden (in Deutschland). Selbst in einem Land wie Finnland, wo man weiß, dass in der Forstwirtschaft auf den Holzeinschlag Neuanpflanzungen folgen, wird von einigen bezweifelt, dass die Verluste kompensiert werden.

Darüber hinaus ist die **Umweltverschmutzung durch Industriezweige, die mit dem Wald zusammenhängen, in der Vorstellung der Befragten mehrerer Länder präsent**, und zwar in unterschiedlichem Umfang, je nach der Bedeutung, die dem Wald im jeweiligen Land zukommt (Finnland, Irland, Luxemburg, Portugal) ebenso auch die Verschwendung dieser natürlichen Ressource (Dänemark) – auch wenn in einer späteren Phase allgemein eingeräumt wird, dass diese Industriezweige nicht die schlimmsten Umweltverschmutzer sind.

Als positiv wird in diesem Zusammenhang von sehr vielen – insbesondere von den Jugendlichen – lediglich das zunehmende Recycling erwähnt (in Schweden, in Dänemark, in Österreich, in Irland, in Belgien, in Luxemburg und in Spanien).

- **Bisweilen wird auch die zunehmende Urbanisierung angeführt.** Beispielsweise von den Teilnehmern der finnischen (die beobachten oder zu beobachten glauben, dass die Wälder in der unmittelbaren Umgebung von Helsinki verschwinden), irischen (die eine rapide voranschreitende Ausdehnung des Ballungsraums Dublin feststellen) und griechischen Gruppen (die die Waldbrände beklagen, hinter denen wirtschaftliche Interessen vermutet werden und durch die die letzten bewaldeten Flächen in der Umgebung Athens vernichtet worden sind).
- **In den Ländern Südeuropas werden die katastrophalen Waldbrände genannt**, von denen man in Frankreich, in Spanien, in Portugal und in Griechenland tendenziell annimmt, dass sie nicht zufällig entstanden sind (erwähnt wird dieser Aspekt auch von einigen Belgiern).

2 Die mit dem Wald zusammenhängenden Produkte, Wirtschaftstätigkeiten und Industriezweige

- Wie man sehen konnte, bezogen sich die spontanen Äußerungen zum Wald zu Beginn der Diskussionen in je nach Land unterschiedlichem Maße auf die Erzeugnisse des Waldes und die mit dem Wald zusammenhängenden Wirtschaftstätigkeiten.

Mehr oder weniger deutlich sind jedoch überall folgende Elemente bekannt:

- **Die Verwendung von Holz als Werkstoff für die erwähnten Anwendungen, wobei je nach Gruppe unterschiedlich detailliertes Wissen darüber besteht:**
 - **Möbel** sind (in mehr oder weniger allen Ländern und Gruppen) das bekannteste und häufig sehr spontan erwähnte Erzeugnis.
 - In den skandinavischen Ländern steht **der Holzhausbau (Landhäuser)** an erster Stelle.
 - **Industrieholz** in Form von Konstruktionsmaterialien ist in diesen Ländern ausdrücklich bekannt sowie in einigen Gruppen bestimmter anderer Länder (Belgien, Frankreich, Irland, Österreich und Spanien) – es wird aber deutlich, dass nicht alle Europäer spontan über die Nutzung von Holz in diesem Bereich Bescheid wissen.
 - **Holzprodukte für Tischlereizwecke, Holzbau und Innenausbau** werden manchmal in dieser Phase in den Gruppen verschiedener Länder ebenfalls ausdrücklich erwähnt (Parkett, Türen und Fenster, Innenverkleidungen, Umzäunungen usw.).
 - Die **Herstellung von Holzwerkstoffplatten** wird dagegen nur sehr selten erwähnt.
 - Außerdem werden vereinzelt folgende **Holzgegenstände bzw. Verwendungen von Holz als Werkstoff** erwähnt: Holzwerkzeuge, Streichhölzer, Bleistifte,

Wäscheklammern, Zahnstocher, Spielzeug, Schmuck, Musikinstrumente, Holzkisten oder -paletten, Schiffsbau und andere;

- **Die Verwendung von Holz als Rohstoff für die Papierherstellung:**

- **In bestimmten Gruppen wird nur der Oberbegriff Papier genannt, ohne dass nähere Einzelheiten angegeben werden.**

Zellstoff wird so gut wie nie genannt (außer in den skandinavischen Ländern, den wichtigsten Zellstoffproduzenten).

Pappe wird spontan selten genannt.

- **In anderen Gruppen zählen die Befragten mehr bekannte Papierprodukte und Papieranwendungen auf.** Genannt werden vor allem Schreibpapier (Hefte, Blöcke, Glückwunschkarten, Briefumschläge usw.) oder bedrucktes Papier (Bücher, Zeitungen, Zeitschriften und manchmal Werbeplakate).

Papier (oder Pappe) als Verpackungsmaterial wird spontan sehr viel seltener genannt.

Wegwerfprodukte aus Papier werden in dieser Phase der Diskussionen nur gelegentlich erwähnt (Toilettenpapier, Taschentücher, Wischtücher, Papierservietten oder Papiertischdecken werden in einigen dänischen, österreichischen, spanischen und portugiesischen Gruppen genannt);

- **Die Verwendung von Holz als**

- **Brennholz**
- **Lieferant bzw. Ausgangsstoff für spezielle Produkte wie** Kork (in Spanien und in Portugal), Harz (in Portugal und in Griechenland, wo man sich verschiedene Verwendungen vorstellt), wirksame Bestandteile in pharmazeutischen, kosmetischen oder chemischen Produkten, Kautschuk, Viskose als Textilfaser (in Schweden, in Belgien und anderen Ländern).

- **Weihnachtsbäume werden in mehreren Ländern relativ spontan als Erzeugnis des Waldes genannt.**

- **In einigen Ländern erwähnen die Befragten außerdem entweder Pilze, Früchte oder Beeren, die im Wald geerntet oder gesammelt werden, oder die Jagd und Jagdwild** (Schweden, Österreich, Niederlande, Belgien, Luxemburg, Frankreich und Griechenland usw.).

- **Schließlich kann der Wald auch als Ort der Erholung oder als Grundlage für den Tourismus gesehen werden** (insbesondere in Finnland, in Deutschland, in Österreich, im Vereinigten Königreich, in den Niederlanden und in Frankreich usw.).

□ **Holzprodukte oder aus Holz gewonnene Produkte sind also recht vertraut und werden häufig** (wegen ihrer Natürlichkeit, ihrer Wärme, oder weil sie im Alltag nützlich sind) **geschätzt.** Über die mit diesen Produkten und dem Wald zusammenhängenden Industriezweige herrschen dagegen **relativ verschwommene Vorstellungen**, wie im Einzelnen in den folgenden Kapiteln noch deutlich werden wird.

Außer in Finnland und Schweden, wo ihre Bedeutung bekannt ist und verschiedene Sektoren der Holzwirtschaft erwähnt werden, nannten die Befragten mehr oder weniger spontan keine dieser Sektoren, bis auf die Papierindustrie (als undifferenziertes Ganzes), die Möbelherstellung und manchmal die Sägewerksindustrie (aber ohne klare Vorstellungen über die Existenz und die spezifische Tätigkeit der verschiedenen Sektoren und Branchen innerhalb der Produktionskette).

Offenkundig sind die Industriezweige der Holzwirtschaft für einen Großteil der befragten Europäer nicht besonders sichtbar und in ihrer Vorstellung kaum präsent.

Das Image der Forstwirtschaft



□ Zunächst können **einige allgemeine Beobachtungen** vorgestellt werden, die sich aus der **Analyse der spontanen Reaktionen der Teilnehmer der Gruppendiskussionen** auf die Frage danach, was sie über die Forstwirtschaft wissen und welche Ideen und Vorstellungen sie mit ihr verbinden, ergeben – wobei erwähnt werden muss, dass man sie ausdrücklich aufgefordert hat, sich Gedanken über die „Wirtschaftstätigkeit der Forstwirtschaft zu machen, die die Grundprodukte für die unterschiedlichen Zweige“, über die sie sich gerade unterhalten haben, liefert.

- **In vielen Ländern haben die Befragten trotz dieser Vorgabe größte Mühe, die Forstwirtschaft als Wirtschaftstätigkeit zu sehen.**

- Das ist vor allem in Deutschland, im Vereinigten Königreich, in Irland, in Belgien und in Luxemburg sowie bei einem Teil der Österreicher und der Griechen der Fall.

Kommt in diesen Ländern die Sprache auf die Forstwirtschaft, wird ihre Aufgabe überwiegend darin gesehen, den Wald zu bewahren, der im Wesentlichen als mehr oder weniger bedrohtes Gemeingut betrachtet wird, das es zu verteidigen gilt. Dafür zuständig ist in ihrer Sicht der Staat.

Als Symbol dafür wird die Aufgabe des Forstaufsehers oder die Rolle der „Waldpolizei“ genannt, wozu folgende Aspekte gehören können: allgemeine Überwachung der Waldgebiete, Ermittlung kranker Bäume, die geschlagen werden müssen, Pflege von Neuanpflanzungen, Schutz der Wildtiere und ihres natürlichen Lebensraums, in dem sie leben und sich vermehren können, „Sauberhal-

tung“ des Waldes, Anlage und Pflege von Waldwegen, damit Spaziergänger sie benutzen können, bzw. Ausbau der Waldwege zur wirksameren Bekämpfung von Waldbränden (in Griechenland).

Der Aspekt der Bewirtschaftung des Waldes zur Gewinnung von Holz als Rohstoff für die Erzeugnisse, die bei der Behandlung des vorangegangenen Diskussionsthemas erwähnt wurden, kommt praktisch nicht vor, zumindest nicht was die nationalen Wälder angeht (in Bezug auf die Tropenwälder der Dritten Welt dagegen schon).

Die Akteure der so wahrgenommenen Forstwirtschaft sind die jeweils betroffenen Ministerien oder öffentlichen Dienste, manchmal sogar Umweltschutzorganisationen.

- Dagegen wird die Forstwirtschaft fast nur in Finnland und in Schweden als eigenständiger und zudem wichtiger Wirtschaftssektor wahrgenommen, selbst wenn auch hier dem Staat bestimmte Aufgaben wie die Festlegung und Durchsetzung eines rechtlichen Rahmens, die Überwachung und die Schaffung von Anreizen insbesondere für die Wiederaufforstung zugeordnet werden.
- Die in den anderen europäischen Ländern anzutreffenden Wahrnehmungen bewegen sich zwischen diesen Positionen, wobei die Forstproduktion als mehr oder weniger bedeutend (in Frankreich, in einigen Regionen Spaniens und in Portugal) oder als wenig bedeutend bzw. fast marginal für die Volkswirtschaft des Landes (in Dänemark, in den Niederlanden und in Italien)

und der vom Staat festgelegte rechtliche Rahmen als mehr oder weniger umfassend durchgesetzt (für die Spanier, die Portugiesen und die Griechen eher weniger umfassend) empfunden wird.

- **Der Gedanke, dass der Wald bewirtschaftet wird oder bewirtschaftet werden sollte, ist in den Vorstellungen durchaus präsent** (nur ein Teil der Befragten, der in Italien zum Beispiel besonders groß ist, neigt eher zu der Vorstellung, der Wald erneuere sich ohne menschliches Zutun von selbst). **Aber** abgesehen von den wenigen Ländern, in denen dieser Bereich eine wichtige Wirtschaftstätigkeit darstellt und als solche anerkannt wird, **neigt man dazu, die Aufgabe der Forstwirtschaft darin zu sehen, die Zerstörung des Waldes durch den Menschen bzw. durch wirtschaftliche Interessen zu verhindern oder einzudämmen.**
- **Die Forstwirtschaft als Wirtschaftstätigkeit wird in diesem Zusammenhang mit Misstrauen betrachtet.**

Offensichtlich sind privatwirtschaftliche Interessen für viele unvereinbar mit der Vorstellung vom Wald als nationalem Gemeingut, und eine utilitaristisch verstandene Forstwirtschaft läuft dem Mythos vom „Naturwald“ zuwider.

In diesem Zusammenhang wird die exzessive Waldbewirtschaftung in Frage gestellt, es wird der Eindruck geäußert, dass die Waldbesitzer nur auf Druck oder mit entsprechenden Auflagen wieder aufforsten und ansonsten versuchen, sich ihren diesbezüglichen Verpflichtungen zu entziehen. Des Weiteren wird die Monokultur profitabler, schnell wachsender Arten kritisiert, die sich zu Lasten eines „natürlichen“ Gleichgewichts ausdehnen.

Diese Ansichten sind verschieden stark ausgeprägt und unterscheiden sich auch je nachdem, ob die Überlegungen das eigene Land oder aber die Tropenländer (für die diese Bedenken einhellig geäußert werden) betreffen. In den Ländern Südeuropas werden sie besonders vehement geäußert, sie sind aber praktisch überall präsent, außer in Schweden, in Österreich und bei einem Teil der Stichprobe in Finnland. In diesen Ländern ist der Gedanke der umweltverträglichen und verantwortungsbewussten Bewirtschaftung

des Waldes verbreitet (aber es bestehen auch einige diesbezügliche Zweifel im zuletzt genannten Land, insbesondere bei den Jugendlichen).

- **Über die genaue Tätigkeit der Forstwirtschaft weiß man in Wirklichkeit recht wenig.**

Diese Tätigkeit wird hauptsächlich durch das Fällen von Bäumen symbolisiert. Viele haben kaum eine Vorstellung, die darüber hinausgeht – außer in den skandinavischen Ländern, die wichtige Holzproduzenten sind.

Was man weiß oder zu wissen glaubt, entstammt unterschiedlichen Quellen, selten jedoch der Forstwirtschaft selbst, außer in Finnland und in Schweden, wo man bereits in der Schule mit dem Thema in Kontakt kommt.

Häufig werden die Medien zitiert – insbesondere das Fernsehen, mit Reportagen zum Thema Umwelt, in denen der Raubbau und das Fehlen einer tragfähigen Bewirtschaftung insbesondere der Tropenwälder angeprangert werden.

Dazu kommt, dass die Erwachsenen, wenn sie ihre unmittelbare Umgebung oder die Gegend, in der sie groß geworden sind, wie sie früher war, mit dem Zustand von heute vergleichen, zum Ergebnis kommen, dass die bewaldeten Flächen auf dem Rückzug sind.

- **Das Image der Waldbesitzer ist häufig geprägt von unrichtigen und ungenauen Vorstellungen, in Bezug auf die privaten Waldbesitzer ist es spontan selten positiv.**

- **Oftmals werden der Staat und die Gebietskörperschaften, zuweilen auch andere gemeinnützige Einrichtungen als hauptsächliche Waldbesitzer betrachtet.**

Ohne je näher darüber nachgedacht zu haben, neigen die Deutschen, die Briten, die Iren, die Italiener und die Jugendlichen der spanischen Stichprobe dazu, die Gebietskörperschaften als Eigentümer des Hauptteils oder sogar des gesamten nationalen Waldes zu betrachten.

In allen anderen Ländern (außer in Griechenland) werden sie ebenfalls als Besitzer eines Großteils des Waldes betrachtet, in

den Niederlanden, in Luxemburg und Griechenland zusammen mit der Krone, in Schweden, in Österreich und in Griechenland zusammen mit der Kirche.

- **Zu den privaten Waldbesitzern gehören** in den Vorstellungen der Zielgruppe:
 - **Großgrundbesitzer** (Reiche, Adlige usw.), die in Dänemark, in Österreich, im Vereinigten Königreich, in Portugal und in Griechenland erwähnt werden;
 - „**Investoren**“, d. h. Konzerne, die den Wald bewirtschaften, um größtmögliche Gewinne zu erzielen (die in Dänemark, im Vereinigten Königreich, in den Niederlanden und in Portugal erwähnt werden);
 - **kleine und mittlere Waldbesitzer** werden in Schweden und in Finnland („jeder-mann“) sowie in Österreich, in Belgien, in Luxemburg, in Frankreich und in Spanien (nur von den Erwachsenen) angeführt.

Den Ersteren („Großgrundbesitzer“, „Investoren“) wird a priori keinerlei Sympathie entgegengebracht, über die Zweiteren herrschen oft sehr unklare Vorstellungen.

- Die Befragten waren aufgefordert, sich **zur Bedeutung und zur Nützlichkeit dieses Wirtschaftszweiges** zu äußern.
- Aus den Äußerungen lässt sich eine **Übereinstimmung dahin gehend ablesen, dass eine schonende Bewirtschaftung des als Naturerbe betrachteten Waldes in allen Ländern als wichtig anerkannt und betont wird** – d. h. eine Bewirtschaftung, die den Waldbestand bewahrt und schützt, und die mehr oder weniger durch zügellose wirtschaftliche Interessen bedroht ist.
- **Nur in Schweden und in Finnland wird die Forstwirtschaft spontan als Sektor betrachtet, der große Bedeutung für die jeweilige Volkswirtschaft hat.** Einige Spanier (Erwachsene) erkennen auch an, dass die Forstwirtschaft einen substanziellen Beitrag zur Wirtschaft bestimmter Regionen, in denen spezialisierte Branchen ansässig sind (Möbel-, Korkindustrie usw.), leistet. Die Österreicher räumen der Forstwirtschaft tendenziell eine gewisse Bedeutung ein, halten sie aber für nicht aus eigener Kraft

rentabel und glauben, dass sie mit öffentlichen Geldern subventioniert werden muss.

In den anderen Ländern wird sie nicht als bedeutender Wirtschaftssektor betrachtet, in mehreren Ländern (in Dänemark, im Vereinigten Königreich, in Irland, in den Niederlanden, in Italien und in Griechenland) wird sie sogar eindeutig als marginal eingestuft (selbst wenn man hier ihre Bedeutung in anderen Breiten erkennt).

Bedeutung und Nützlichkeit der Holzzeugnisse werden zwar kaum in Frage gestellt, insgesamt aber sind es „selbstverständliche“ Produkte, die spontan in der Vorstellung wenig präsent sind.

- **Man wollte herausfinden, inwieweit dieser Zweig als modern und innovativ, oder aber als traditionell eingeschätzt wird.**

- **In vielen Ländern herrscht das traditionelle Image vor:** in Deutschland, im Vereinigten Königreich, in Irland, in Luxemburg, in Frankreich, in Italien, in Spanien und in Griechenland sowie in den Gruppen der dänischen und der belgischen Jugendlichen.

Allerhöchstens erkennt oder unterstellt man hier, dass sich die Forstwirtschaft wie andere Wirtschaftszweige auch weiterentwickelt haben dürfte und heute leistungsfähigere Werkzeuge und Maschinen einsetzt, aber im Allgemeinen sind das reine Annahmen, und sie ändern nichts an der grundsätzlichen Einschätzung.

- **Dieses Image ist zumeist auch in anderen Ländern oder Gruppen präsent, weil die Forstwirtschaft als quasi „zeitlose“ Tätigkeit schon seit jeher existiert, aber man ist sich hier mehr darüber im Klaren, dass sie sich in hohem Maße modernisiert hat.**

Das ist der Fall bei den dänischen und den belgischen Erwachsenen, bei den Niederländern und bei den Portugiesen, wobei diese Wahrnehmung aber nicht unbedingt mit einem positiven Image verbunden ist (sondern eher mit der Vorstellung von „riesigen Maschinen, die Bäume fällen“, von „unendlich langen, schnurgeraden Baumreihen“).

- **Das positive Image eines modernen Sektors existiert wirklich nur in Schweden**

und in Finnland und in geringerem Maße in Österreich.

Hier erwähnt man nicht nur die modernen, leistungsfähigen Produktionsausrüstungen, sondern beispielsweise auch den Einsatz der Informationstechnologien und der wissenschaftlichen Forschung, um das ökologische Gleichgewicht des Waldes zu erhalten.

- **Die Auswirkungen der Forstwirtschaft auf die Umwelt werden ambivalent** gesehen, was mit den weiter oben erwähnten Wahrnehmungen zusammenhängt.

- **Wo die Forstwirtschaft in erster Linie als Bewirtschaftung eines Naturerbes durch den Staat bzw. unter Aufsicht des Staates verstanden wird, wird sie in ökologischer Hinsicht fast immer positiv gesehen.**

Nur einige Griechen äußern starke Vorbehalte hinsichtlich der Tätigkeit der öffentlichen Hand in diesem Bereich sowie einige Spanier, die die „Untätigkeit“ der zentralen Ebene beklagen, die Maßnahmen der autonomen Regionen dagegen positiv sehen.

Ein weiterer Aspekt der positiven Wahrnehmung der Forstwirtschaft im Zusammenhang mit dem Umweltschutz betrifft den „ökologischen“ Charakter von natürlichem Holz.

Diese Wahrnehmung ist insbesondere im Vereinigten Königreich, in Irland und bei einem Teil der Dänen und der Belgier verbreitet, die dabei an die Situation in ihrem jeweiligen Land denken (im Gegensatz zur „Zerstörung“ des tropischen Regenwaldes).

- **Als Wirtschaftstätigkeit wird die Waldbewirtschaftung** (aus privatwirtschaftlichen Interessen) **im Allgemeinen negativ gesehen**, teilweise sehr negativ.

Das ist insbesondere in Deutschland, in den Niederlanden (wo aber immerhin anerkannt wird, dass sie die Umwelt nicht in so hohem Maße schädigt wie andere Industriezweige), in Luxemburg, in Frankreich, in Italien, in Spanien, in Portugal und in Griechenland der Fall – die Belgier sind geteilter Meinung.

- **Nur in Schweden und in Finnland und in geringerem Maße in Österreich wird die Wirtschaftstätigkeit des Sektors und**

verantwortungsvolles Handeln seiner Akteure nicht als Widerspruch gesehen, obwohl in den beiden letztgenannten Ländern manchmal auch diesbezügliche Zweifel zu vernehmen sind.

- **Die Attraktivität des Sektors als potenzieller Arbeitgeber ist in allen Ländern gering oder sehr gering.**

Den Teilnehmern der Gruppendiskussion wurde die Frage gestellt, inwieweit die Forstwirtschaft ein Bereich ist, in dem sie gerne arbeiten würden bzw. gerne gearbeitet hätten.

- **In einigen Ländern erwähnen einige wenige der befragten Erwachsenen den romantischen Traum vom Leben und Arbeiten in der Natur**, in sauberer Luft, weit weg von den Zwängen und dem Stress des urbanen Lebens (insbesondere in Dänemark, in den Niederlanden, in Belgien, in Luxemburg und in Spanien). **Diese Vorstellung bleibt jedoch sehr abstrakt.**

Die Jugendlichen äußern bis auf äußerst seltene Ausnahmen **in keinem der untersuchten Länder ein diesbezügliches Interesse** – auch nicht in den Ländern, in denen die Forstwirtschaft als Wirtschaftssektor positiv gesehen und als wichtig anerkannt ist.

- **Die Gründe für diese Haltungen** können folgendermaßen zusammengefasst werden:
 - Unterschied zwischen urbaner Kultur und Lebensart, in der man lebt, und der Welt des Waldes, die für manche explizit mit Angst vor zu viel Abgeschiedenheit und Mangel an Komfort und den Annehmlichkeiten des modernen Lebens verbunden ist;
 - allgemeine Unkenntnis der Berufe der Forstwirtschaft und die Tendenz, sie entweder als rein manuelle, körperlich anstrengende oder (falls man dabei an Maschinen-Arbeitsplätze denkt) als monotone, repetitive – und zudem als schlecht bezahlte – Arbeit zu betrachten, die aus der Sicht der Frauen im Wesentlichen eine Domäne von Männern ist;
 - allgemein das fehlende Image eines modernen und dynamischen Sektors;
 - im Extremfall die Ablehnung, sich durch die Ausübung einer beruflichen Tätigkeit

- in diesem Sektor an der „Ausplünderung des Waldes“ zu beteiligen;
- selbst in den Ländern, in denen die Forstwirtschaft von großer Bedeutung ist, das Gefühl, dass durch die fortschreitende Mechanisierung Arbeitsplätze wegfallen;
 - in einigen Ländern das bürokratische Image der öffentlichen Verwaltung, die für die Wälder zuständig ist (Griechenland und Luxemburg).

- **Die Befragten wurden gebeten, auf einen kurzen Text zu reagieren, in dem dieser Wirtschaftszweig vorgestellt wird.**

Waldverwaltung und Forstwirtschaft

Der europäische Wald ist sehr vielfältig, angefangen bei Tannen- und Birkenwäldern der borealen Zonen bis hin zu den Kork- und Eichenwäldern und Mittelmeerpinien, über den Alpenwald oder den Laubwald der mitteleuropäischen Regionen.

Diese Vielfalt ist Folge der Klimavielfalt, aber auch der Struktur des Waldbesitzes. Der europäische Wald gehört zu zwei Dritteln 12 Millionen privaten Waldkleinbesitzern. Für diese Besitzer ist der Wald Haupt- oder Nebenerwerbsquelle, auch wenn dies ein Wirtschaftszweig mit begrenzter Rentabilität ist, eine Tätigkeit, bei der man nicht reich wird. Dieses Zusatzeinkommen ist vor allem in den weniger entwickelten ländlichen Regionen Europas wichtig.

Insgesamt gesehen stellen die europäische Forstwirtschaft und alle Industrien, die die Erzeugnisse des Waldes weiterverarbeiten, einen wichtigen wirtschaftlichen Zweig dar, mit einem Gesamtumsatz von 400 Mrd. EUR und 3 Millionen Beschäftigten, bei positiver Entwicklung.

Man stellt sich oft die Forstwirtschaft als traditionellen Wirtschaftszweig vor. Diese Vorstellung entspricht nicht mehr der Realität einer Branche, die heute auf Spitzentechnologien zurückgreift, die auch von der wissenschaftlichen Forschung profitiert, unter anderem von der biologischen Forschung, um effizienter zum Umweltschutz beizutragen.

Entgegen einer häufigen Meinung nimmt der Wald in Europa zu, weil er verantwortungsvoll verwaltet wird. Wenn man ausgewachsene Bäume fällt, bepflanzt man mindestens die gleiche Fläche. Der Waldbewirtschafter pflegt ihn gleichzeitig und sorgt für Biodiversität durch gezieltes und kontrolliertes Holzfällen. So trägt man auch dazu bei, den Wald als Ort für Spaziergänge und zur Erholung zu bewahren. Wäre der Wald nicht so seit Jahrhunderten durch Waldbesitzer verwaltet, die ihr Land lieben und die Vielfalt der Landschaften schätzen, so wären die Wälder längst zu undurchdringbaren Dickichten verkommen.

Umweltschutz bedeutet auch Kampf gegen den Treibhauseffekt und die Klimaerwärmung, von

denen man heute weiß, dass sie ein lebenswichtiges Problem für unseren Planeten darstellen. Der Wald wirkt als Jungbrunnen, indem er die Unmengen Stickstoff verwandelt, die die menschlichen Gesellschaften ausstoßen und die für dieses Phänomen verantwortlich sind.

Der Wille, den Wald verantwortungsvoll zu verwalten, führt zu einem starken Engagement der Forstwirtschaftsspezialisten.

Dieser Wille wird auch von den Unternehmen geteilt, die unter anderem auch exotische Hölzer verwalten und vermarkten. Diese Hölzer sind aufgrund ihrer Härte und ihrer Widerstandskraft zum Teil unersetzlich, z. B. beim Häuserbau oder bei der Möbelherstellung. Die Länder der Dritten Welt, wo diese Wälder wachsen, lassen manchmal wildes Abholzen zu, ohne darauf zu achten, dass genug nachgepflanzt wird, damit sich der Wald regeneriert. Europäische Holzproduktion und Verarbeitungsbetriebe bemühen sich bei diesen Ländern um eine langfristig geplante Bewirtschaftung der Waldvorkommen, es liegt sowohl in ihrem eigenen Interesse als auch in dem Interesse der Herstellerländer, dass die Holzvorräte nicht zur Neige gehen.

- **Der erste Abschnitt, in dem von der Vielfalt des europäischen Waldes die Rede ist, ruft keine Kritik hervor.** In bestimmten Ländern (insbesondere Südeuropas) bezieht man sich vor allem auf den Wald im eigenen Land.
- **Der zweite Abschnitt, in dem die große Zahl (kleiner) Waldbesitzer in Europa erwähnt wird, enthält eine in dieser Hinsicht neue Information, die viele überrascht** – ausgenommen in den skandinavischen Ländern (wo man weiß, dass dies im eigenen Land überwiegend der Fall ist).

Die Richtigkeit dieser Aussage wird nicht in Frage gestellt. Sie wird entweder wertneutral aufgenommen, was keine besondere Reaktion hervorruft, **oder manchmal auch positiv** (Gedanke, dass viele kleine Waldbesitzer günstiger für den Erhalt der Artenvielfalt sind als die große „industrielle“ Waldbewirtschaftung, die im Verdacht steht, Raubbau oder eine Monokultur mit schnell wachsenden Arten zu betreiben).

Es werden einige, allerdings recht seltene Hinweise darauf geäußert, dass ein Widerspruch oder zumindest ein Paradox zwischen der Aussage, dass es sich um einen Wirtschaftszweig mit begrenzter Rentabilität

handle, und der Aussage, dass der Wald für die privaten Waldbesitzer eine „wichtige Erwerbsquelle“ darstelle, besteht – sowie auch ein Widerspruch zu der Aussage im nächsten Abschnitt, dass der Sektor eine positive Entwicklung aufweise.

- **Die wirtschaftliche Bedeutung der Forstwirtschaft ausgedrückt in Umsatz- und Beschäftigungszahlen löst im Allgemeinen** – außer in Schweden und in Finnland – **Erstaunen aus.**

Diese Information trägt ganz klar zur Änderung des Images bei, das dieser Sektor bei einigen hatte (insbesondere im Vereinigten Königreich, in Italien, in Spanien zumindest unter den Jugendlichen und in Portugal).

In manchen Fällen relativieren die Befragten allerdings diese Bedeutung, indem sie betonen, dass der Text keine Vergleichsinformationen anderer Wirtschaftszweige Europas enthalte und dass die Bruttozahlen, wenn sie nicht ins Verhältnis gesetzt werden, keine Aussagekraft haben (Befragte der österreichischen, der irischen, der niederländischen und der belgischen Gruppen), oder sie akzeptieren die Information für die gesamteuropäische Situation, denken aber, dass die Situation in ihrem eigenen Land anders ist (insbesondere in Spanien und in Griechenland).

- Die Aussage des Textes, dass die Forstwirtschaft auf Spitzentechnologie zurückgreift, wird als neuer, positiver Aspekt aufgenommen, insbesondere in den Ländern, wo aufgrund des vorangehenden Abschnitts das Bewusstsein für die wirtschaftliche Bedeutung des Sektors geschärft wurde.

In anderen Ländern wird diese Aussage dagegen in Zweifel gezogen oder zumindest als übertrieben gewertet. Man akzeptiert hier die Vorstellung, dass die Bewirtschaftung nach modernen Methoden erfolgt, sträubt sich aber dagegen, die Forstwirtschaft als Spitzentechnologiesektor darzustellen.

Diese Argumentation wird von den Finnen und den Schweden eher akzeptiert.

- **Die gewissenhafte Bewirtschaftung des Waldes in Europa und seine Entwicklung rufen erstaunte Reaktionen hervor.**

Die Information, dass die Waldflächen in Europa zugenommen haben, wird im Großen und Ganzen akzeptiert – allerdings mit erheblichen Zweifeln in Österreich, in den Niederlanden und bei einem Teil der Finnen, sowie in Spanien und in Griechenland (wo man zwar bereit ist, dem zuzustimmen, aber gleichzeitig der Meinung ist, dass die gesamteuropäische Lage nicht der Lage im eigenen Land entspricht).

Die Ausführungen zur verantwortungsbewussten Bewirtschaftung (systematische Aufforstung, Erhalt der Artenvielfalt) sind in Finnland, in Schweden und in Österreich für die meisten Befragten nichts Neues (dieses Konzept kennen sie von „zu Hause“). Im Vereinigten Königreich, in Frankreich und (wenngleich in geringerem Maße) in Italien werden die Ausführungen als glaubwürdig betrachtet. In allen anderen Ländern **werden sie dagegen mehr oder weniger stark bezweifelt**.

- **Der folgende Abschnitt über die Rolle des Waldes angesichts des Treibhauseffekts wird ohne Umschweife akzeptiert.** Die Aussagen stimmen mit dem überein, was man in den letzten Jahren aus den Medien erfahren hat. **Doch wird dadurch stärker die Bedeutung des Waldes an sich als der Verdienst der Forstindustrie betont** – trotz ihres beteuerten Willens zur nachhaltigen Bewirtschaftung.
- **Der letzte Abschnitt, in dem davon die Rede ist, dass die europäische Industrie, die Tropenholz erzeugt und vermarktet, sich darum bemüht, die Staaten der Dritten Welt für eine nachhaltige Bewirtschaftung ihrer Waldressourcen zu gewinnen, wird stark und bisweilen vehement als propagandistisches Argument, das jeder Glaubwürdigkeit entbehrt, zurückgewiesen** – sei es, weil man diesen Willen grundsätzlich in Frage stellt, sei es, weil man davon überzeugt ist, dass diese „frommen Wünsche“ keinerlei praktische Auswirkungen haben.
- **Insgesamt wird dieser Text zur Darstellung der Forstwirtschaft oft als Plädoyer dieses Wirtschaftszweiges in eigener Sache aufgenommen** und in Bezug auf die „nicht bewiesenen“ Behauptungen zu den oben genannten sensiblen Aspekten als übertrieben oder zumindest strittig beurteilt.

Das Image der Holz verarbeitenden Industrie

- Die Reaktionen der Befragten auf die Ankündigung des Diskussionsthemas „Holz verarbeitende Industrie“ zeigen zunächst einmal, dass dieser Begriff für die Zielgruppe ziemlich unklar ist.

- Die Zielgruppe äußert hier eher intuitive Annahmen oder Vermutungen, als dass sie konkret weiß, worum es eigentlich geht.

In bestimmten Gruppen besteht die Neigung, a priori praktisch alle Bereiche, die Holz als Rohstoff verwenden, der Holz verarbeitenden Industrie zuzurechnen, einschließlich der Papierindustrie (aber auch die Herstellung von Brennholz, von Streumaterial für Tiere, von dem man annimmt, dass es aus Sägespänen gewonnen wird, von Dünger aus Baumrinde, von Harz in den Ländern Südeuropas, Textilfasern usw.).

Bei der ersten Annäherung an das Thema erscheinen die Vorstellungen über die Holz verarbeitende Industrie vor allem im Vereinigten Königreich, in Irland und in Italien besonders unklar.

- Im Wesentlichen geht man zwar davon aus, dass es sich um industrielle Tätigkeiten handelt, in deren Rahmen Produkte und Gegenstände aus Holz hergestellt werden, weiß aber im Allgemeinen kaum etwas über die Produktionsprozesse – nicht einmal in groben Zügen.

Als **Produkte** werden von den verschiedenen Seiten hauptsächlich Möbel genannt, aber auch unterschiedlich weit bearbeitete Baumaterialien oder Bauelemente (Industrieholz, Dachträger, Fußböden, Türen und Fenster und sonstige Tischlereierzeugnisse),

die je nach Land unterschiedlich detailliert und genau genannt werden.

Die Produkte, die den Befragten zuerst einfallen, sind vielmehr Endprodukte, die die Verbraucher kaufen können, und weniger Halbfertigerzeugnisse, deren Bedeutung für die Bauindustrie von den befragten Großstädtern unterschätzt wird – außer von denen, die an den Holzhausbau denken, insbesondere in den skandinavischen Ländern, wo diese Bauweise sehr verbreitet ist.

An Holzwerkstoffplatten denkt spontan kaum jemand (in den finnischen, britischen, französischen, italienischen und griechischen Gruppen werden sie genannt, jedoch nicht von allen Teilnehmern, in den anderen Ländern dagegen kaum).

Abgesehen von diesen Produkten werden hie und da auch Holzwerkzeuge, Holzspielzeug, Sportgeräte, Konstruktionsteile für den Schiffsbau, Streichhölzer, Verschlüsse aus Kork usw. erwähnt.

Die Analyse zeigt jedoch, dass **die Fähigkeit, relativ viele Holzprodukte aufzuzählen, nicht unbedingt mit einer klaren Vorstellung der industriellen Prozesse und Strukturen einhergeht.**

- Die Sägewerke stellen im Rahmen der Holzverarbeitung einen **Unternehmenstyp dar, der bekannt ist und einigermaßen klar abgegrenzt** wird – der aber nicht immer deutlich von der Forstwirtschaft unterschieden wird (Vorstellung von Sägewerken in ländlichen Gebieten, die in der Nähe von Wäldern liegen, aus dem die geschlagenen Stämme „auf natürlichen Wegen zu ihnen gelangen“).

- **Dagegen verschmelzen die** der ersten Verarbeitung **nachgeordneten Industriezweige** mit Ausnahme der Möbeldustrie, in der Vorstellung vieler **zu einer Art undifferenziertem Ganzen**, die Frage nach den einzelnen Spezialgebieten stellt man sich nicht. Im Extremfall stellt man sich vor, dass aus Holz hergestellte Produkte fertig aus dem Sägewerk kommen – oder man hat jedenfalls noch nie weiter über diese Frage nachgedacht.

Generell werden die Begriffe Industriezweig, Produktionskette und Verarbeitungsindustrie spontan sehr selten genannt.

In geringerem Maße trifft diese Feststellung natürlich auf die wenigen Länder zu, in denen die Holzwirtschaft von großer Bedeutung und allgemein allen vertraut ist und das Thema zur Allgemeinbildung gehört (Finnland, Schweden oder auch Österreich).

- **Abgesehen von diesen Aspekten der ersten, spontanen Wahrnehmung sind die Vorstellungen von der Holz verarbeitenden Industrie je nach Land und selbst je nach Teilnehmer sehr unterschiedlich:**

- kleine Unternehmen im ländlichen Raum, Handwerksbetriebe oder Großunternehmen (Letztere insbesondere für die finnischen, schwedischen, niederländischen und erwachsenen dänischen Befragten);
- manuelle Arbeit oder Arbeit mit Maschineneinsatz (beide können nebeneinander vorkommen);
- als expandierend oder rückläufig – oder (in den meisten Fällen) als stabil gesehener Wirtschaftszweig.

□ **Zur Bedeutung und Nützlichkeit dieser Industrie:**

- **Die Befragten erkennen diese Industrie spontan als nützlich an, und zwar aufgrund der von ihr hergestellten Produkte**, die allgemein verwendet werden und für alle alltäglich sind – sie argumentieren somit als Verbraucher.

Nur eine Minderheit der befragten Jugendlichen in einigen Ländern weisen darauf hin,

dass die Nützlichkeit, die sie nicht in Abrede stellen, heute eher geringer ist als früher, da andere Werkstoffe entwickelt wurden, die zum Teil für dieselben Anwendungen benutzt werden.

Dazu kommen Betrachtungen über die Qualität und edle Beschaffenheit des verarbeiteten Rohstoffs – Holz wird in diesem Zusammenhang weiterhin als natürliches, Wärme ausstrahlendes, umweltfreundliches Material geschätzt.

- **Zur wirtschaftlichen Bedeutung dieses Sektors äußern sich die Befragten dagegen unterschiedlich.**

In Finnland, in Schweden und in geringerem Maße in Österreich, in Belgien und in Spanien wird seine Bedeutung am höchsten eingeschätzt – im Gegensatz insbesondere zu Irland, Italien und Griechenland (wo man dazu neigt, diesen Sektor als auf nationaler Ebene wenig entwickelten Wirtschaftszweig zu betrachten). In den anderen Ländern äußern sich die Befragten kaum – über diese Frage haben sie offenbar noch nie weiter nachgedacht.

Insgesamt wird der Holzverarbeitung (außer in den beiden skandinavischen Ländern, die in hohem Maße von der Holzwirtschaft abhängen) weder eine Randbedeutung noch eine geringe Bedeutung zugemessen – sie wird aber auch nicht als wichtiger oder gut positionierter Industriezweig betrachtet.

□ **Zum modernen und innovativen bzw. im Gegenteil traditionellen Image dieses Sektors:**

- **Das Image des Sektors enthält überall auch eine traditionelle Komponente**, was mit dem Werkstoff zusammenhängt, den seine Unternehmen verarbeiten, den es seit jeher gibt und der als zeitlos betrachtet wird.
- **Es ist nicht überholt oder altertümlich.** Man weiß bzw. nimmt (eher) an, dass sich diese Industrie wohl, wie andere auch, weiterentwickelt hat und neue Technologien und Produktionsanlagen einsetzt.
- Explizit oder implizit denken die Befragten hier an einen Wandel von manuellen oder handwerklichen Tätigkeiten hin zu stärker

mechanisierten und automatisierten Produktionsformen.

- **Die wahrgenommene oder unterstellte technologische Entwicklung des Sektors ist jedoch eher gering und nicht spektakulär.**

Nur einige wenige der Befragten (in Schweden und in Belgien) erwähnen „neue Materialien“ bzw. Verbundwerkstoffe. Aber im Allgemeinen weiß die Zielgruppe wenig über die großen technologischen Entwicklungen in bestimmten Bereichen der Holzverarbeitung.

- **Die Holz verarbeitende Industrie wird insgesamt als wenig Umwelt belastend eingeschätzt.**

- Wie für jede Industrie, die Holz als Rohstoff einsetzt, **erwähnt ein Teil der Befragten die „Zerstörung des Waldes“**, die durch diese Art der Wirtschaftstätigkeit bedingt sein soll (insbesondere im Vereinigten Königreich, in Spanien, in Portugal und in Griechenland), **aber die hier geäußerte Kritik ist gemäßigt.**

Andererseits wird von der Holz verarbeitenden Industrie aufgrund der Tatsache, dass sie ein natürliches Material verarbeitet, manchmal auch angenommen, dass sie sich positiv auf die Umwelt auswirkt oder zumindest neutral verhält.

- **Die Verwendung von Chemikalien bei der Verarbeitung** (Klebstoffe, Lösungsmittel) **wird auch manchmal** (in den österreichischen, den britischen, den portugiesischen und den griechischen Gruppen) **kritisiert.**

Dagegen betonen die Schweden und die Finnen die großen Fortschritte, von denen sie in diesem Bereich gehört haben, und die Belgier und die Italiener erwähnen die Wiederverwendung bzw. Wiederverwertung von Holz- und Produktionsabfällen.

- **Diese Industrie wird insgesamt als wenig Umwelt belastend oder umweltschädlich eingestuft – zumindest viel weniger als andere Sektoren.**

- **Diese relativ positiven oder zumindest nicht durch grundsätzliche Mängel behafteten Imagekomponenten fallen allerdings bezogen auf eine Industrie, der es an Sichtbarkeit fehlt und deren Unternehmen man kaum kennt, recht vage aus.**

In vielen Ländern sind die Diskussionsteilnehmer nicht in der Lage, auch nur eines der Unternehmen des Sektors zu nennen – abgesehen von einigen Unternehmen der Möbelherstellung oder des Möbelvertriebs, des Holz- und Baumaterialhandels und manchmal auch der Papierindustrie, die der Holzverarbeitung im weiteren Sinn zugerechnet wird.

Lediglich in den skandinavischen Ländern (und in Luxemburg aufgrund eines in der Nähe angesiedelten Holzwerkstoffplatten-Herstellers bzw. lokaler KMU im Schreinereiwesen) werden einige Namen von Produktionsgesellschaften genannt.

- **Als potenzieller Arbeitgeber erscheint die Holz verarbeitende Industrie, selbst wenn sie nicht negativ gesehen wird, wenig attraktiv.**

Ähnlich wie schon in Bezug auf die Forstwirtschaft wird auch hier die Vorstellung geäußert von körperlich schwerer Arbeit (die aus der Sicht der befragten Frauen von Männern dominiert ist), manuellen, wenig qualifizierten Arbeitsplätzen (an großen Maschinen, im „Fließbandbetrieb“), sicherlich schlecht bezahlter Arbeit, die kaum berufliche Perspektiven bietet und wenig Raum für persönliche Initiative und Kreativität lässt.

Dazu kommt die Vorstellung von schwierigen Arbeitsbedingungen in einer belastenden Arbeitsumgebung (laut, staubig, gefährlich), die von den Befragten geäußert wird, die hauptsächlich an die Sägewerke denken.

Nur einige wenige Erwachsene erwähnen, dass die Arbeit mit einem edlen Material wie Holz Spaß machen kann, und einige Jugendliche nennen Aufgaben im Bereich Design (wobei sie hauptsächlich an Möbel denken) – neben leitenden Funktionen und Marketingaufgaben, die wohl an sich interessant sein können, aber nicht gerade in diesem speziellen Bereich.

- Wie für die anderen in dieser Studie analysierten Sektoren **wurden die Reaktionen der Diskussionsteilnehmer anhand eines Textes erforscht, der die Holz verarbeitende Industrie vorstellt.**

Die Holzverarbeitungsbetriebe

Die europäischen Holzverarbeitungsindustrien zählen 42 000 Unternehmen mit beinahe 2 Millionen Beschäftigten – d. h. 6 % der Gesamtzahl der Industriebeschäftigten – und sie erwirtschaften für die europäische Wirtschaft 150 Mrd. EUR.

Darunter fallen Sägewerke, Paneelherstellung aus Span- oder Sperrholz, die Herstellung von Verpackungsmaterial, Holzböden, Fenstern und anderen Wohnelementen sowie viele Holzgegenstände, nicht zu vergessen die Holzimprägnierungsindustrie, die das Holz schützt und beständig macht.

Holz hat vielfältige Anwendungen, z. B. im Bauwesen, bei Inneneinrichtung, für Möbel. Es ist ein vielfach einzusetzendes Material, das dank seines warmen, natürlichen Aussehens zu Komfort und Wohlfühl beiträgt.

Diese Holzverarbeitungsbetriebe sind technisch fortschrittlich und sehr wettbewerbsfähig dank hoher Investitionen in leistungsfähige Maschinen und Herstellungsverfahren. Sie bieten attraktive Tätigkeiten für Arbeitnehmer mit Sinn für Natur, Technologie und Kreativität.

Diese Industrien wirken sich auf die Umwelt positiv aus. Nicht nur, dass sie einen erneuerbaren und natürlich recyclebaren Grundstoff benutzen, auch braucht die Holzverarbeitungsindustrie weniger Energie als andere Verarbeitungsbetriebe: die Abfälle können weitgehend für die Energieerzeugung an Ort und Stelle wiederverwendet werden.

- **Der erste Abschnitt über den Stellenwert der Holz verarbeitenden Industrie in Europa wird im Allgemeinen als informativ aufgenommen. Aufgrund dieser zuvor nicht bekannten Informationen nehmen die meisten diesen Sektor in der Folge als wichtiger wahr als vorher.**

Einige Diskussionsteilnehmer bemerken dazu höchstens, dass diese Zahlen ohne Vergleichszahlen kaum aussagekräftig sind, oder stellen einen Bezug zwischen dem Umsatz der Holz verarbeitenden Industrie und dem im vorangegangenen Text erwähnten Umsatz der Forstwirtschaft her

und fragen sich, inwieweit Zahlen möglicherweise doppelt verbucht wurden und wie hoch wohl die Wertschöpfung der Holz verarbeitenden Industrie ist.

- **Der zweite Abschnitt enthält unbestreitbar informative Fakten über die vielfältige Verwendung von Holz** – die zwar nicht besonders neu sind, aber vorhandenes Wissen ergänzen können.
- **Dasselbe gilt im Großen und Ganzen auch für den dritten Abschnitt** in Bezug auf die erwähnten Anwendungen sowie die Ausstrahlung von Holz, die wie bereits festgestellt Teil des Images dieses Materials ist.

Einige kritische Äußerungen werden laut in Bezug auf Produkte (Holzwerkstoffplatten), die nicht dem „edlen Charakter“ des Produktes entsprechen.

- **Der vierte Abschnitt über die Modernität der Holz verarbeitenden Industrie und die Attraktivität seiner Arbeitsplätze ist in Bezug auf die erste Aussage relativ glaubwürdig** – solange man „nicht zu dick aufträgt“ in Bezug auf einen Sektor, der zwar modernisiert wurde (wofür er manchmal auch kritisiert wird), aber nicht für sich beanspruchen kann, zur Spitzentechnologie zu gehören. **Die Ausführungen zur Beschäftigung**, die der bestehenden Wahrnehmung einer geringen Attraktivität widersprechen, ohne zu überzeugen, **sind dagegen weitaus weniger glaubwürdig.**

„Sinn für Natur, Technologie und Kreativität“ ist für viele eine starke Übertreibung, mit der in ihren Augen eine sehr viel weniger erhebende Realität schöngefärbt wird.

- **Die Ausführungen im letzten Abschnitt über die positive Auswirkung der Holz verarbeitenden Industrie auf die Umwelt, ruft weitgehend heftigen Widerspruch hervor** (lediglich ein Teil der Belgier, der Italiener, der Portugiesen und der Griechen enthalten sich der Kritik).

Das bedeutet keineswegs, dass dieser Sektor als besonders Umwelt belastend betrachtet wird oder dass keines der vorgebrachten Argumente akzeptiert werden kann. Dass Holz biologisch abbaubar ist, ist eine anerkannte Tatsache (trotz einiger Bedenken,

die in Frankreich, in Irland, in Luxemburg und in Österreich in Bezug auf die Klebstoffe, die bei der Herstellung von Holzwerkstoffplatten oder anderen Produkten verwendet werden oder auch bezüglich der im zweiten Abschnitt erwähnten Holzimprägniermittel geäußert werden). Die Argumente Wiederverwendung der Produktionsabfälle und Energieeinsparung sind im Allgemeinen überzeugend.

Der Gedanke, dass keine Industrie behaupten kann, sie wirke sich positiv auf die Umwelt aus, ist jedoch fest verankert.

Eine solche Behauptung, die überall als übertrieben beurteilt wird, macht zum Teil die positive Wirkung der vorangegangenen fachlichen Information zunichte. Durch eine bescheidenere Formulierung, die mehr auf die Maßnahmen zur Begrenzung der negativen Auswirkungen als auf positive Beiträge abhebt, könnte die Glaubwürdigkeit wiederhergestellt werden.

Das Image der Möbelindustrie



□ Die Befragten wurden anschließend aufgefordert, über die Möbelindustrie zu sprechen. Aus der Analyse ihrer Äußerungen lassen sich die folgenden Hauptbeobachtungen herauschälen:

- **Dieser Sektor** ist den Teilnehmern aufgrund seiner für den Endverbraucher bestimmten Produkte, die jeder kennt und benutzt, **sehr viel vertrauter**. Die Bekanntheit der Marken und der Firmenzeichen des spezialisierten Handels tragen mit dazu bei.
- **Bei diesem Sektor überrascht seine Zuordnung zu den mit dem Wald zusammenhängenden Industriezweigen nicht.**

Spontan weisen einige der Befragten (in den Niederlanden und in Belgien) darauf hin, dass zur Möbelherstellung auch andere Materialien als Holz verwendet werden, aber diese Reaktion ist relativ selten.

- **Die Möbelindustrie wird a priori geschätzt**, man spricht in diesem Zusammenhang gern von Tradition im positiven Sinn des Wortes, von nationalem oder regionalem Stil und von Design. Ihre Produkte spielen im Lebensstil jedes Einzelnen eine große Rolle und besitzen eine „kulturelle“ Dimension.

Die Befragten der skandinavischen Länder erwähnen gerne das finnische, schwedische, dänische oder „skandinavische“ Design für helle Holzmöbel, die Spanier und Portugiesen die Tradition der Möbelherstellung in ganz bestimmten Regionen ihrer Länder, andere erwähnen alte Stilmöbel, die sie besitzen, oder auch (in Italien) einen charakteristischen und anerkannten Küchenmöbelstil.

- **Dennoch wird die Möbelherstellung als zunehmend zweigespaltener Sektor gesehen.**

- Einerseits gibt es **handwerkliche Betriebe oder Kleinbetriebe**, die sehr wertgeschätzte, aber auch sehr teure **Qualitätsmöbel** in kleiner Zahl herstellen, die für viele unerschwinglich sind.
- Andererseits hat sich im Laufe der letzten Jahre eine **industrielle Massenproduktion** von Möbeln entwickelt, die preisgünstige, praktische und modern designte Möbel herstellt, die allerdings geringe Qualität aufweisen bzw. nicht lange halten.

Die Einstellungen zu diesem zuletzt genannten Segment der Möbelindustrie sind ambivalent. Geringere Wertschätzung, teilweise sogar heftige Kritik einer Entwicklung, die mit den Tugenden Qualität, Sorgfalt und bleibendem Wert bricht und gewöhnlichere Materialien einsetzt (hier werden vor allem die Spanplatten, aus denen diese Möbel gefertigt werden, dem edlen Vollholz des Handwerks gegenübergestellt) zum einen, zum anderen aber auch Anerkennung der Tatsache, dass man selbst solche Möbel kauft und benutzt.

Bestimmte Unternehmen dieses Typus werden manchmal wegen ihrer Produktionsauslagerung kritisiert, IKEA ist hierfür das emblematische Beispiel (da das Unternehmen einigen Befragten in Finnland oder in Spanien zufolge in Drittweltländern produziert, wo Kinderarbeit eingesetzt wird).

□ **Die Befragung zur wahrgenommenen Nützlichkeit und Bedeutung dieses Sektors ergibt folgende Reaktionen:**

- In allen Ländern wird zunächst die **Bedeutung von Möbeln** betont. Sie sind wesentlich für den Komfort, Teil der Annehmlichkeiten des Lebens, signifikant für den Lebensstil, den Geschmack und die Persönlichkeit jedes Einzelnen und darüber hinaus in praktischer Hinsicht unverzichtbar.

- Zur **wirtschaftlichen Bedeutung dieser Industrie:**

- **Sie wird im Allgemeinen für groß gehalten.** Aus der Tatsache, dass ihre Produkte universell verwendet und zwangsläufig gebraucht werden, und man selbst welche kauft, schließt man intuitiv auf die Größe des betreffenden Marktes.

Manche merken außerdem an, dass sich das Verbraucherverhalten in Bezug auf Möbel verändert hat, dass diese zu Gebrauchsprodukten geworden sind, die man hin und wieder ersetzt (und keine Anschaffungen mehr „fürs Leben“ sind, wie das früher üblich war). Diese Entwicklung trage unvermeidlich zum Wachstum dieses Marktes bei.

- **Die wahrgenommene Bedeutung der Möbelindustrie für die nationale Volkswirtschaft ist unterschiedlich.**

Zwar wird in fast allen Ländern auf die nationale Tradition eines Handwerks gepocht, das Qualitätserzeugnisse herstellt und sich unter mehr oder weniger großen Schwierigkeiten behauptet, aber es wird auch eingesehen, dass dieses Segment nur einen geringen Teil des Produktionsvolumens ausmacht.

Im Allgemeinen sind es die Schweden und die Dänen, die ihrer Möbelindustrie tendenziell die größte Bedeutung zumessen (die Finnen tun dies unter Hinweis auf die ihrer Ansicht nach zunehmende Produktionsauslagerung. Danach erst kommen die Belgier, die Italiener und die Spanier. Die Iren und die Griechen dagegen denken, dass ein dominanter und wachsender Marktanteil von Importprodukten gehalten wird.

□ Obwohl sich eine Komponente ihrer Identität und ihrer Wertschätzung auf die Tradition bezieht, **hat die Möbelindustrie ganz klar ein innovatives, modernes und dynamisches Image.**

- **Die innovative Dimension ist stark mit Design und Kreation verknüpft.**

Die Erneuerung oder Ausdifferenzierung der Stile wird in allen Ländern mit praktisch denselben Begriffen erwähnt, und zwar in den Gruppen der Jugendlichen zumindest ebenso häufig wie in den Gruppen der Erwachsenen.

Das zeigt übrigens, dass trotz der häufigen Erwähnung der Tradition in den ersten Äußerungen der Befragten und trotz einer gewissen Wehmut darüber, dass „Möbel mit Stil“ immer weniger im Mittelpunkt der Industrieproduktion stehen, die Möbelindustrie auch aufgrund der zeitgenössischeren Stile wertgeschätzt wird.

- **Das Massenproduktionssegment des Sektors, in dem es große dynamische Unternehmen gibt, wird gerne als mit ultramodernen, hochinnovativen und sehr effizienten Maschinen und Technologien ausgestatteter Industriezweig gesehen.**

Dazu kommt bei einigen überdurchschnittlich gut informierten Befragten (oder die sich dafür halten) der Gedanke der Innovation bei den Materialien (aus Holz oder auf der Grundlage von Holz oder Verbundmaterialien) oder den Herstellungsverfahren. Dieser Gedanke ist in einigen Gruppen im Vereinigten Königreich, in Luxemburg, in Spanien, in Portugal und in Griechenland präsent (in den drei zuletzt genannten Ländern kann man davon ausgehen, dass der Sprung, der durch den Übergang von einem bis vor wenigen Jahren noch weitgehend handwerklich geprägten Sektor zu einer industriellen Struktur stattgefunden hat, besonders spektakulär erscheint).

- **Das Image der Dynamik kommt auch durch die Sichtbarkeit der Marketing-Aktionen und der Werbung der Großunternehmen bzw. großen Möbelmarken zustande** – auch wenn es sich im Wesentlichen um Handelsfirmen und nicht um Hersteller handelt – und durch den intensiven Wettbewerb, in dem diese Unternehmen stehen. Dadurch erhält man den

Eindruck eines Sektors, dem es gut geht, eines Sektors, in dem es vorwärts geht.

- **Die Auswirkungen der Möbelindustrie auf die Umwelt werden insgesamt als neutral oder leicht negativ beurteilt.**

Im Vorangehenden wurde bereits gesagt, dass keine, wie auch immer geartete Industrie glaubwürdig behaupten kann, sich auf die Umwelt positiv auszuwirken.

Zur Möbelindustrie:

- Sie profitiert wie die anderen Industriezweige der Holzwirtschaft vom „**umweltfreundlichen**“ Image des Holzes.
- **Der Vorwurf, dass der Industriezweig zum Verschwinden der Wälder beiträgt, wird auch hier vorgebracht, die Kritik ist jedoch zurückhaltender.** Man findet kritische Bemerkungen dazu im Vereinigten Königreich, in Irland, in Luxemburg und in Griechenland – sowie heftigere Kritik bezüglich der Möbel aus Tropenholz in den skandinavischen Ländern.
- Ob die Befragten genau diesen Begriff nennen oder auch nicht, sind sie sich doch sicherlich alle dessen bewusst, dass **es bei der Möbelindustrie zu einem Großteil um Tätigkeiten des Zusammenbaus geht**, auf den die negativen Konnotationen, die oft mit der Schwerindustrie verbunden sind, nicht zutreffen.
- **Ein Vorbehalt wird jedoch bezüglich der Chemikalien** (Kleber, Lacke, Farben) **geäußert, die als Umwelt belastend und das Recycling erschwerend eingeschätzt werden** – dieses Thema wird insbesondere in Deutschland, im Vereinigten Königreich, in Belgien, in Luxemburg, in Italien und in Spanien angesprochen.

- **Die Befragung zu den Unternehmen des Sektors bestätigt, dass dieser im Gegensatz zu den meisten anderen Sektoren der Holzwirtschaft für die Zielgruppe sehr sichtbar ist.**

In vielen untersuchten Ländern **werden Namen von bekannten Möbelmarken** (Hersteller oder Händler) **oder Möbeldesignern** genannt, und zwar spontan sehr viele.

Es werden genannt: Aalto und Artek in Finnland sowie IKEA, wie auch in Schweden und in Dänemark, Arne Jacobsen und Wegner in Dänemark, IKEA zusammen mit Interlücke und Hülsta in Deutschland, Lutz, Leiner, Kika, Möbelix, Möma und IKEA in Österreich, IKEA, MFI und John Lewis im Vereinigten Königreich, Reid's, Bargaintown, Protea Pine und Williams in Irland, IKEA und Oisterwijk in den Niederlanden, IKEA in Belgien und in Luxemburg zusammen mit Habitat, Blokker und Casa, IKEA, Fly bzw. Conforama in Frankreich, große Küchenherstellermarken in Italien, IKEA und das hochwertige Möbelhandwerk in mehreren Regionen in Spanien und in Portugal, Varagis, Deloudis, Silvestrides in Griechenland neben Neoset, 1 + 1, 120 sowie IKEA und Habitat auch hier.

Das Image der Unternehmen dieses Sektors ist allerdings vor allem das Image der Handelsmarken.

- **Die berufliche Attraktivität der Möbelindustrie ist zwar nicht sehr groß, aber doch deutlich größer als die der meisten anderen Sektoren der Holzindustrie.**

Dafür gibt es einen Hauptgrund, der in mehreren Ländern insbesondere von den Jugendlichen genannt wird: **Die Ausstrahlung des Designbereichs**, der als anziehend, verführerisch und kreativ gesehen wird, und in dem Beschäftigte mit hohem Qualifikationsniveau gebraucht werden.

Ein ausdrücklicheres Interesse als in den anderen Sektoren für Aufgaben im Marketing- oder Handelsbereich ist ebenfalls zu verspüren – was sicher aus der größeren Vertrautheit mit den Produkten dieses Industriezweiges herrührt, die für den Endverbraucher bestimmt sind.

Abgesehen von diesem Aspekt ist das Interesse für Aufgaben innerhalb der Produktion in der Möbelindustrie genauso gering wie in den anderen Sektoren, und zwar aus denselben Gründen (außer bei manchen Erwachsenen, die aus Liebe zum Holz oder zu alten Möbeln davon träumen, in einer Möbelschreinerei oder im Handel mit antiken Möbeln zu arbeiten).

- **Das Dokument über die Möbelindustrie, das den Teilnehmern vorgelegt wurde, war folgendermaßen formuliert:**

Die Möbelindustrie

Möbel sind als wichtige Grundgegenstände des täglichen Lebens unersetzlich. Darüber hinaus besitzen sie auch kulturellen und emotionalen Wert. Die Vielfalt in Stil und Design gibt jedem Einzelnen die Möglichkeit der individuellen Entfaltung.

Die europäische Möbelindustrie ist weltweit führend und anerkannt. Ob französische oder englische Stilmöbel, kunstvolles italienisches Design, funktionelle und ergonomische deutsche Einbauküchen oder naturbelassene skandinavische Möbel, alle werden geschätzt und in der ganzen Welt von Verbrauchern entsprechend ihrem eigenen Lebensstil ausgesucht. Diese große Vielfalt ist einer der wichtigsten Trümpfe der europäischen Möbelindustrie.

Möbelhersteller, insbesondere europäische Möbelhersteller, waren immer Vorreiter bei Herstellungsverfahren und beim Einsatz neuer Materialien. Thonet war der erste, der Holz biegen konnte, um seine Stühle herzustellen. Le Corbusier hat Tische aus Rohren und Glas gebaut, Bellini einen edlen Stuhl, indem er ein Maschendrahtgestell mit Leder bespannt hat, Stark hat einen Plexiglasstuhl aus einem Stück erfunden: Alle haben den Verbrauchern Produkte angeboten, die ihren speziellen Erwartungen, ihrem speziellen Geschmack entsprachen, aus den verschiedensten Materialien.

Die Möbelherstellung, die überwiegend ein Zusammensetzen von vorgefertigten Elementen ist, verhält sich weitgehend umweltneutral. Nicht die Möbel, sondern die Materialien können eine Auswirkung auf die Umwelt haben. Letzten Endes entscheidet der Verbraucher, ob er Gartenmöbel aus Teakholz, Kunststoff oder Metall haben will. Er entscheidet sich für eine Tischplatte aus hartem Tropenholz oder aus europäischem Holz, aus Glas oder aus Marmor; er wählt die Küchentüre aus Eiche, Edelstahl, Spanholz oder lackiertem Holz.

Die Möbelindustrie entwickelt und stellt diese Produkte unter dem Einsatz der modernsten Technologien her.

Dieser Text wird je nach Land sehr verschieden aufgenommen.

- **In Finnland, in Schweden und in Dänemark** (zumindest bei den dänischen Jugend-

lichen) **wird er sehr schlecht aufgenommen.**

Fast alle Textargumente werden als anmaßend, zu werblich oder bezüglich der ersten drei Abschnitte als selbstgefällig empfunden.

Der vierte Abschnitt stößt auf noch stärkere Ablehnung. Dieser Abschnitt wird als manipulierend und unehrlich wahrgenommen, die Möbelindustrie versuche, ihre Verantwortung für ihre Beteiligung am „Massaker“ des Regenwaldes auf die Verbraucher abzuwälzen. Außerdem wird auch die Vorstellung, dass die Möbelherstellung umweltneutral sei, kritisiert (wenn auch nicht ganz so grundsätzlich).

Lediglich der letzte Teil des Textes über den Grad der technischen Entwicklung des Wirtschaftszweiges ruft keinen einstimmigen Protest hervor.

- **Der Text wird in Deutschland, in Irland, in Österreich und (weniger deutlich) in Luxemburg eher ungünstig aufgenommen.**

Auch hier ist in etwas abgemilderter Form die Kritik der skandinavischen Länder an den ersten „zu werblichen“, keine Informationen enthaltenden Abschnitten wiederzufinden, die „einem zu hoch sind“ und dem Ganzen einen elitären Ton verpassen, was einen nicht gerade dazu animiert, sich damit zu beschäftigen und den formulierten Gedanken zuzustimmen.

Der vierte Abschnitt wird aus denselben Gründen wie in den skandinavischen Ländern oft sehr stark abgelehnt (bei den österreichischen und luxemburgischen Erwachsenen allerdings etwas weniger): Es wird nicht akzeptiert, dass die Möbelwirtschaft ihre Verantwortung auf den Verbraucher abwälzt (dazu kommt auch dieselbe Kritik bezüglich der Produkte, die angeblich in keiner Weise die Umwelt belasten).

- **In den Niederlanden wird der Text recht neutral aufgenommen** (hier herrscht eine weitgehend gleichgültige Haltung vor, es wird geäußert, dass der Text nichts Neues aussage), **ebenso in Belgien** (hier werden einige positive, interessante Punkte herausgehoben: der Beitrag des Designs und die Spitzenposition Europas).

- **In Frankreich und in Italien ist die Haltung ambivalent:** Die Bezüge zum Design und zum kreativen Reichtum in Europa werden im Allgemeinen gut aufgenommen (wobei die jungen Italiener größere Vorbehalte zum „werblichen“ Ton des Textes hatten). Aber auch hier wird der Abschnitt, der eine Verantwortung der Verbraucher für das Sterben des Regenwaldes nahe legt, nicht akzeptiert.
- **Recht positiv ist die Reaktion in Spanien, in Portugal und in Griechenland.**

Die Bezüge zur „kulturellen“ und soziologischen Dimension von Möbeln finden ein positives Echo (wobei die Griechen allerdings kritisieren, dass von den ästhetischen Werten anderer (der amerikanischen, chinesischen oder indischen) Kulturen nicht gesprochen wird), ebenso die Betonung der europäischen Spitzenposition (die Spanier und Portugiesen hätten es jedoch lieber gesehen, wenn ihr Land unter den europäischen Spitzenreitern auch genannt worden wäre).

Auch „Umwelt“-Kritik wird geäußert, aber weniger stark als in den anderen Ländern.

Außerdem ist zu bemerken, dass manche Befragten (in Italien, in Portugal und in Schweden) sehr überrascht sind, dass urplötzlich andere Materialien als Holz genannt werden – die im Übrigen als umweltschädlicher wahrgenommen wurden.

Das Image der Zellstoff, Papier und Pappe erzeugenden Industrie

□ Über diesen Industriezweig, der im Wesentlichen über in nachgeordneten Branchen (verarbeitende Industrie) hergestellte Endprodukte wahrgenommen wird, sind die Kenntnisse im Allgemeinen sehr mager, aber es wird ihm spontan ein umweltschädliches Image zugeordnet.

- In ihren ersten Äußerungen nannten die Teilnehmer fast aller Gruppen verschiedene Arten von Produkten und Verwendungsweisen von Papier oder (weniger spontan) von Pappe oder von Zellfaser. Wir kommen darauf (außer in den Fällen, in denen die Befragten ihre ursprüngliche Liste ergänzen oder präzisieren) nicht noch einmal zurück, da die Produkte in den ersten Kapiteln über die spontane Wahrnehmung der Holzwirtschaft und ihrer Erzeugnisse bereits genannt wurden.
- Ihre Kenntnis und ihr Verständnis des hier untersuchten Industriezweiges erscheinen äußerst gering, auch über den Produktionsprozess und die verschiedenen Stufen der Produktionskette, die zu den Endprodukten führt, wissen sie wenig.

Man kann auch hier wieder dieselbe Bemerkung anbringen, die bereits bezüglich der Holz verarbeitenden Industrie gemacht worden ist, nämlich dass in der öffentlichen Meinung das Bild der verarbeitenden Industrie ganz allgemein recht verschwommen ist und kaum von den vorgelagerten Stufen unterschieden wird.

Viele scheinen (ob reflektiert oder unreflektiert) zu denken, dass Schreibwaren fertig verarbeitet direkt aus der Papierfabrik kommen – oder sie geben in der Diskussion zu, dass sie sich diese Frage nicht stellen.

Insgesamt ist natürlich bekannt, dass Papier aus Holz (bzw. aus recyceltem Papier) hergestellt wird. Man weiß oder nimmt mehr oder weniger an, dass diese Grundstoffe zerkleinert werden, bevor sie weiter verarbeitet werden. Aber niemand weiß genau mit welchen Methoden und Verfahren oder zu welchem Zweck. Der Begriff des Zellstoffs ist vielen offensichtlich wenig klar – manche gaben sogar an, dass ihnen der Begriff gänzlich unbekannt war, bevor sie ihn hier hörten – und das Wort „Faser“ wird selten erwähnt.

Die Unkenntnis scheint besonders groß zu sein in Dänemark, im Vereinigten Königreich, in Irland, in Italien, in Portugal und in Griechenland, und häufig wissen die Jugendlichen weniger als die Erwachsenen.

Weniger groß sind die Wissenslücken dagegen in Schweden, in Österreich und vor allem in Finnland, einem Land mit ausgeprägter „Papierkultur“.

- Trotz dieser Unkenntnis besteht in den verschiedenen europäischen Ländern ein sehr fest verankertes und recht einheitliches Image einer besonders stark die Umwelt verschmutzenden und belastenden Industrie.

Diese Dimension des Images, auf die wir später noch zurückkommen werden, wird oft ganz spontan schon bei den ersten Äußerungen der Teilnehmer deutlich – und zwar im Zusammenhang mit dem Thema Recycling.

□ Befragt zur Nützlichkeit und Bedeutung der Zellstoff, Papier und Pappe erzeugenden Indus-

trie, erkennen die meisten an, dass sie wichtig, ja sogar wesentlich bzw. unverzichtbar ist.

- **Untermauert wird diese Einschätzung durch den hohen Verbrauch an Papier in jeglicher Form durch Privatpersonen und Unternehmen** sowie die große Vielfalt der Verwendungsweisen von Papier und Pappe, die als unverzichtbare Materialien erscheinen, ohne die man nicht auskommen kann und deren Anwendungen im Übrigen geschätzt werden.
 - Papier wird zunächst als Träger von Schrift bzw. Gedrucktem angesehen, und damit als Medium zur Verbreitung von Information, Wissen und Kultur.
 - Zellfaserprodukte, die in der ersten Phase der Gespräche spontan kaum erwähnt wurden, werden jetzt in größerem Umfang als Produkte genannt, die im täglichen Leben für Hygiene und Komfort sorgen.

Die Teilnehmer der meisten Gruppen sprechen zu irgendeinem Zeitpunkt (in positiver Weise) über die Nützlichkeit von Toilettenpapier, Papiertaschentüchern, Küchenrollen, Servietten oder Papiertischdecken, die von den Befragten einiger Länder bereits früher genannt worden waren. Dazu kommen Wegwerfwindeln, Produkte für die Menstruationshygiene (an die man allerdings selten in erster Linie als Papiererzeugnisse denkt) sowie auch Kaffeefilterpapier.

Dagegen werden medizinische oder industrielle Anwendungen dieser Produkte nur sehr selten genannt.

Außerdem ist festzustellen, dass sich die Befragten die Frage nach dem Unterschied zwischen diesen Produkten und dem eigentlichen Papier so gut wie nicht zu stellen scheinen; sie betrachten sie eher als eine der verschiedenen möglichen Formen von Papier.

In einigen Gruppen entwickelt sich eine Diskussion darüber, ob die Verwendung von Papier mit der Entwicklung der Informationstechnologien weiter zunehmen wird (beispielsweise in Dänemark, in Österreich, in den Niederlanden, in Belgien und in Frankreich, vor allem in der Gruppe der Jugendlichen), die aber zumeist zu dem Schluss kommt, dass das Papier durch diese Entwicklung nicht bedroht ist.

- **Die wirtschaftliche Bedeutung dieses Wirtschaftssektors wird im jeweiligen Land folgendermaßen eingeschätzt:**

- **in Finnland als grundlegend**, da die Papierindustrie ein, wenn nicht gar der Grundpfeiler der finnischen Volkswirtschaft ist – zusammen mit Nokia, wobei sie aber vor Nokia den ersten Platz einnimmt (da sie stabiler, nachhaltiger und weniger den Unwägbarkeiten der neuen Technologiemarkte ausgesetzt ist);
- **in anderen Ländern**, wie Schweden, Belgien, Italien oder Spanien, **als groß oder ziemlich groß**, wo davon ausgegangen wird, dass die Papierindustrie einen großen Umsatz erwirtschaftet und ziemlich viele Arbeitsplätze bietet;
- **in den meisten anderen Ländern als a priori groß – wobei diese Einschätzung allerdings vor allem auf Intuition beruht** (man denkt an große Unternehmen und große Produktionseinheiten) – außer vielleicht in Irland und in Griechenland bei den Erwachsenen, die früher in ihrer Nähe vorhandene Fabriken erwähnen, die heute offensichtlich verschwunden sind, oder Unternehmen, über die man vom Hörensagen erfuhr, dass sie in Schwierigkeiten sind (ohne genauere Angaben) – oder auch im Vereinigten Königreich.

□ **Die Papierindustrie wird häufig als modern wahrgenommen:**

- Das ist sehr deutlich in Finnland (wo sie als Industrie der Spitzentechnologie betrachtet wird) der Fall, sowie in Österreich, in Frankreich, in Italien, in Spanien und in Portugal.

Man denkt an große Unternehmen und große mechanisierte und automatisierte Produktionseinheiten, die mit den neuesten, leistungsfähigsten Maschinen ausgestattet sind und zuweilen durch elektronische Systeme gesteuert werden.

Es wird, allerdings weniger häufig, auch die (zunehmende) Vielfalt der Produkte und Papiersorten erwähnt, was sowohl auf innovative Anlagen als auch auf eine flexible Produktionsorganisation hindeutet.

Und schließlich werden auch die neuerdings integrierten Recyclingverfahren erwähnt.

- In den anderen Ländern etwas weniger. Hier herrscht die Idee vor, dass es sich um eine ursprünglich traditionelle Industrie handelt, die sich in der Folge modernisiert hat (wenn dies auch vielleicht aus der Sicht der befragten Dänen und Deutschen etwas weniger stark zutrifft).

Wie in den zuerst genannten Ländern herrscht auch hier der Eindruck von modernisierten Produktionsanlagen vor, auch hier wird Recycling erwähnt, wobei der Gesamteindruck noch **stärker von innovativen Produktionsprozessen als von Produktinnovation geprägt ist**.

□ **Die Auswirkungen dieser Industrie auf die Umwelt tragen entscheidend und häufig negativ zu ihrem Image bei.**

- Wie bezüglich anderer Branchen der Holzwirtschaft findet man auch hier in bestimmten Gruppen die Idee, dass eine Industrie, die den Rohstoff Holz verwendet, zur **verhängnisvollen Ausbeutung des Waldes** und damit zum Rückgang der Waldflächen beiträgt: Das ist in Dänemark, im Vereinigten Königreich, in den Niederlanden, in Italien und auch in Irland der Fall.
- Vor allem **die Produktionsprozesse** werden, auch wenn man wenig darüber weiß, in Frage gestellt.

Das Problem der Bleichmittel scheint in den Ländern Nordeuropas (Finnland, Schweden, Dänemark, Deutschland, Niederlande und Luxemburg) bekannt zu sein.

Etwas unbestimmter weiß man oder nimmt an, dass im Produktionsprozess wohl Chemikalien verwendet werden, um die Holzpartikel zu „zersetzen“, um Altpapier zu entfärben, oder für lediglich vermutete nicht genauer bestimmte Verarbeitungsstufen (in Deutschland, in Österreich, in den Niederlanden, in Belgien, in Frankreich, in Italien, in Spanien und in Portugal).

Daraus leitet man Gewässer oder Luft verschmutzende Auswirkungen ab – wobei auch die Gerüche, die die Papierfabriken ausstoßen, von den Finnen und Schweden, die sie persönlich erlebt haben, als Symptom erwähnt werden.

Auch die Frage des Wasserverbrauchs wird in Deutschland und in den Niederlanden erwähnt.

- **Der Grad, zu dem die Papierindustrie als Umwelt belastend und umweltschädlich wahrgenommen wird, ist mehr oder weniger groß.**

In Dänemark, in Deutschland, in Österreich und in den Niederlanden erscheint die Wahrnehmung der Umweltschädlichkeit besonders zugespitzt, im Gegensatz zu Irland, Portugal und vor allem Griechenland (in diesem Land herrscht das Image eines natürlichen, biologisch abbaubaren Materials vor, das zunehmend wiederverwertet wird).

- **Die Anstrengungen zur Verbesserung dieser Lage sind mehr oder weniger bekannt und werden mehr oder weniger anerkannt:**

- **Recycling von Altpapier:** Das ist ein Thema, das in den Köpfen der Befragten der meisten Länder präsent ist.
- **Wiederverwendung der Produktionsabfälle:** in Finnland wohl bekannt, wird hie und da auch in den anderen Ländern erwähnt.
- **Forschungsbemühungen um weniger schädliche Behandlungsmittel:** wird in Finnland, in Schweden, in Deutschland mit Zweifeln, in Österreich und in den Niederlanden erwähnt.

Solche Anstrengungen werden am häufigsten in Finnland, in Schweden, in Österreich, in Belgien und in Luxemburg erwähnt. Die betreffenden Befragten gehen allerdings davon aus, dass die **Verbesserungen nur partieller und gradueller Art sind**.

□ **Die geringen Kenntnisse über die Zellstoff-, Papier- und Pappeerzeugung entsprechen denen über die Unternehmen dieses Sektors.**

In vielen Ländern ist kein einziger Befragter in der Lage, auch nur ein Unternehmen zu nennen. Namen, die genannt werden, sind häufig irrtümlicherweise Markenbezeichnungen von Endprodukten oder Namen von Unternehmen, die kaum etwas mit dieser Wirtschaftstätigkeit zu tun haben. Nennungen ohne Fehler sind selten.

In Finnland werden die Namen Stora Enso und UPM genannt, in Schweden Lambi, eine Marke für Hygieneprodukte, und Xerox; in Irland Smurfit; in den Niederlanden Van Gelder; in Belgien La Cellulose des Ardennes; in Luxemburg eine Kartonfabrik aus Lingsen; in Spanien Sarrió und Papelaco; in Portugal Portucel – die Befragten aus Deutschland, Frankreich, Italien und Griechenland nennen gar keine Namen.

❑ **Die berufliche Attraktivität dieses Industriezweiges ist überall äußerst gering.**

Abgesehen von einigen Bemerkungen (von Jugendlichen) darüber, dass Managementpositionen in jedem Industriezweig interessant sein können, strebt niemand an und würde auch niemand anstreben, in einer Industrie zu arbeiten, die eher abschreckt – ein Urteil, das bei den Jugendlichen noch stärker ausgeprägt ist. Für sie hat dieser Industriezweig das Image von Schwerindustrie, monotoner Arbeit, wenig qualifizierten Arbeitsplätzen in einer Umwelt verschmutzenden bzw. übel riechenden Industrie, über die man häufig nichts oder fast nichts weiß.

❑ **Den Befragten wurde der folgende Text über diese Industrie vorgelegt:**

Die Holzbreiproduktion und Papier- und Kartonherstellung

Holzbrei, der nötige Grundstoff für die weitere Papier- und Kartonherstellung wird aus Holzspänen, aus Abfallprodukten der Forstwirtschaft, die sonst keine Verwendung haben, aber auch aus Altpapier und Alttextilien gewonnen.

Die Papierherstellung ist bei den verschiedenen Etappen der Herstellung eine leistungsfähige Industrie, die mit hoch entwickelter Technologie und Verfahren arbeitet und interessante und qualifizierte Arbeitsstellen in zunehmender Zahl bietet. Sie trägt zum europäischen Wirtschaftswachstum bei, begünstigt durch die schnell wachsenden vielfältigen Nutzungsarten von Papier.

Papier und Papierprodukte sind vielfältige Produkte, die jeder Verbraucher täglich braucht – ob Schreibpapier, Druckpapier, Packpapier. Hinzu kommen die vielen sehr technischen Einsatzbereiche – im Isolationsgewerbe, Filtrationsgewerbe, bei der Etikettierung usw.

Entgegen einer häufigen Meinung hat das Informationszeitalter keineswegs den Papierbedarf reduziert. Je leistungsfähiger die Computer, desto mehr Information spucken sie aus, die auf Papier gedruckt und weitervermittelt werden. Seit Gutenberg bleibt Papier der wesentliche Träger der Informationsvermittlung für Nachrichten, Kultur und Allgemeinwissen. Weit davon entfernt, von der Informatik abgelöst worden zu sein, ist es zu einer unersetzlichen Ergänzung geworden.

Papier als Toilettenpapier, Handtücher, Windeln, Wischtücher, medizinisches Material, Wegwerftücher oder Papiertischdecken und Servietten ist ein praktisches und garantiert hygienisches Material.

Im Vergleich zu anderen Materialien wie Kunststoff, bietet Papier außerdem den Vorteil, in vielfacher Hinsicht umweltfreundlich zu sein:

- *Es ist einer der wenigen erneuerbaren Stoffe; es wurde im Vorangehenden darauf hingewiesen, dass der Wald bei seiner Bewirtschaftung ständig regeneriert wird.*
- *Würde man die Abfälle für die Holzbreiproduktion nicht verwenden, ginge nie Holz verloren.*

- *Es ist einer der Industriezweige, bei welchen Recycling am besten funktioniert; beinahe die Hälfte der Produktion kommt heute aus Altpapier und dieser Anteil steigt jährlich.*
- *Selbst wenn Papier nicht recycelt wird, ist es nicht umweltschädlich.*
- *Herstellungs- und Recyclingverfahren wurden spektakulär verbessert, so dass sowohl Emissionen als auch Energie- und Wasserverbrauch reduziert wurden. Die Papierindustrie hat hierbei selbst Kontroll- und Zertifizierungsinitiativen ergriffen.*

Die Reaktionen sind von Land zu Land sehr unterschiedlich.

- **Sie sind in Finnland, in Deutschland und bei den schwedischen Erwachsenen ganz klar negativ.**

Diese Gruppe sieht in dem Dokument einen propagandistischen Text, der die Papierindustrie glorifiziert und sich um schwierige Fragen in unehrlicher Weise „herumlaviert“. Ohne die im Text enthaltenen Informationen wirklich in Frage zu stellen, wirft man ihm vor, die realen Tatsachen zu verbergen: Beispielsweise indem zwar nicht direkt behauptet, aber suggeriert werde, dass der Industriezweig ausschließlich Abfälle aus der Forstindustrie sowie recycelte Stoffe verwendet (wie in Finnland angemerkt wird), oder durch die Bagatellisierung der umweltschädlichen Auswirkungen, oder aber durch die Behauptung, die negativen Umweltauswirkungen seien verringert worden, ohne dies durch konkrete Zahlen zu belegen, und schließlich weil der Text zu verstehen gibt, dass die Papierindustrie von sich aus, ohne staatlichen Druck, Initiativen zur Kontrolle und Zertifizierung ergriffen hätte.

Die Kritiken konzentrieren sich also auf Umweltargumente. Außerdem werden in Deutschland Zweifel an der Beschäftigungsentwicklung (in einem zunehmend automatisierten Industriezweig) sowie an der Aussage geäußert, die angebotenen Arbeitsplätze seien interessant.

Die skandinavischen Jugendlichen diskutieren außerdem über die Frage, wie wahrscheinlich es ist, dass sich die Nutzung von Papier im Zeitalter der neuen Technologien wie zuvor weiterentwickelt.

- **Die Reaktionen sind insgesamt auch in Luxemburg, bei den belgischen Erwach-**

senen und den dänischen, österreichischen, irischen, französischen und portugiesischen Jugendlichen negativ – und zwar aus derselben Art von Gründen:

- an erster Stelle die Bagatellisierung der negativen Umweltwirkungen bzw. die Überbewertung der in diesem Bereich unternommenen Anstrengungen;
- Zweifel an den Entwicklungen im Beschäftigungsbereich vor allem in Österreich und in Portugal;
- außerdem Diskussion über die Konsequenzen der Entwicklung der Informationstechnologien bei den österreichischen, irischen und portugiesischen Jugendlichen.

- **Die Reaktionen sind neutral oder ambivalent bei den irischen, spanischen und portugiesischen Erwachsenen, sowie bei den Niederländern und Italienern in beiden Gruppen.**

- Als positive Punkte nennen sie den informativen Aspekt des Dokuments über die Industrie und ihre wirtschaftliche Bedeutung sowie ihre Produktionsvielfalt und die Tatsache, dass keine ganzen Bäume für die Produktion verwendet werden (hier wird der Text von den Iren und den Niederländern falsch interpretiert).
- Negative Punkte sind vor allem die Zweifel an tatsächlichen Umweltverbesserungen.

Die Frage der Auswirkungen der neuen Technologien wird ebenfalls angeschnitten.

- **Der Text erscheint in den Augen der dänischen, österreichischen und französischen Erwachsenen, der belgischen und spanischen Jugendlichen sowie beider Gruppen bei den Briten und Griechen als insgesamt glaubwürdig.**

Die Befragten, die in diesen Gruppen positive Reaktionen zeigen, sind zum Teil Personen, die über diesen Industriezweig so gut wie nichts wussten und in diesem Text gewisse Grundkenntnisse über den Sektor entdecken (Produktionsprozess, Recycling, wirtschaftliche Bedeutung). Die Argumente zum umweltfreundlichen Verhalten des Sektors werden in diesem Zusammenhang ohne grundsätzliche Kritik zur Kenntnis genommen.

Das Image der Papier, Karton und Pappe verarbeitenden Industrie

- Die Ankündigung des Diskussionsthemas „Papier, Karton und Pappe verarbeitende Industrie“ verwirrt die Befragten oft, da sie zumeist nicht genau wissen, worum es geht.
 - Diese Bezeichnung ist besonders schleierhaft für die britischen, irischen, italienischen, spanischen, portugiesischen und griechischen Befragten – besonders klar ist sie von vornherein allerdings in keiner Gruppe, vor allem nicht für Personen, die den Unterschied zwischen den verschiedenen Stufen der Produktionskette kaum kennen. Selbst in Finnland und in Schweden sind die Diskussteilnehmer verwirrt – aber hier eher, weil sie an vertikal integrierte Unternehmensgruppen der Papierbranche denken.
 - Bezüglich der Produkte dieser Branche sind zwei verschiedene Tendenzen zu beobachten:
 - Die Erste neigt dazu, an zahlreiche Papier-, Karton- oder Pappeerzeugnisse verschiedenster Art zu denken (unter vielen anderen auch Verpackungen).

Diese Tendenz ist häufig in Deutschland, im Vereinigten Königreich, in Irland, in Belgien, in Luxemburg, in Frankreich, in Spanien und in Portugal.
 - Die Zweite neigt dazu, sich auf die Verpackung zu konzentrieren (offenbar durch den Einfluss des Wortes „Pappe“).

Diese Tendenz herrscht in den anderen Ländern vor. Ein Teil der Befragten der zuerst genannten Länder richtet seine Überlegungen in einer zweiten Phase der Diskussion ebenfalls auf Verpackungsmaterialien.
 - Die Bedeutung und Nützlichkeit dieser Industrie wird an ihren Produkten gemessen, deren Bedeutung in den meisten Ländern als groß oder sehr groß eingeschätzt wird.
 - Man betont die Nützlichkeit von Verpackungen zum Schutz und zur Konservierung der verpackten Produkte, es wird die zunehmende Praxis in der heutigen Gesellschaft erwähnt, Erzeugnisse zu verpacken, die früher nicht verpackt wurden, der Komfort, den Verpackungen mit sich bringen, wird erwähnt und manchmal wird ausdrücklich auf die nützlichen Eigenschaften von Pappe bei diesen Funktionen hingewiesen.
 - Gleichzeitig wird in mehreren Ländern übertriebenes Verpacken (in Fällen, in denen es nicht unbedingt notwendig ist) angeprangert und der Gedanke der Verschwendung in die Diskussion eingebracht.

Das ist vor allem in Finnland, in Schweden, in Dänemark, in den Niederlanden (bei den Erwachsenen), in Belgien und in Italien der Fall.
 - Diesbezüglich wird in vielen Diskussionsgruppen auch das Recycling als relativ neue und willkommene Entwicklung genannt, die zur Lösung dieses Problems beitragen kann.
- Dagegen äußern sich die Befragten praktisch nicht zur Bedeutung dieses Sektors oder seiner Unternehmen auf der Ebene der jeweiligen Volkswirtschaft: sie wissen darüber so gut wie nichts.

- **Viele schreiben dieser Industrie einen innovativen Charakter zu**, dessen Wahrnehmung sich an Folgendem festmacht:

- **an den neuen Arten von Verpackungen**, mit denen man als Verbraucher konfrontiert ist, und an den Forschungs- und Designanstrengungen, die dahinter stehen (ein Argument, das im Vereinigten Königreich, in den Niederlanden, in Spanien, in Portugal und in Griechenland sowie bei den dänischen und irischen Erwachsenen genannt wurde);
- **an den neuen Werkstoffen** oder Verbundmaterialien (die in den Köpfen der Finnen und Iren sowie der belgischen Erwachsenen sehr präsent sind);
- **am Image moderner Unternehmen und moderner Produktionseinheiten**, die mit leistungsfähigen Maschinen und fortschrittlicher Technologie ausgestattet sind.

Dieses Thema wurde insbesondere in Finnland und im Vereinigten Königreich angesprochen. Es ist auch in den Aussagen der Österreicher, Italiener und der belgischen Jugendlichen anzutreffen, die diesen Sektor als traditionelle Industrie sehen, die sich weiterentwickelt und modernisiert hat.

- In Schweden, in Deutschland und in Frankreich wurden hierzu nur vage Vorstellungen geäußert.

Lediglich die jugendlichen Dänen und Iren sehen diese Industrie als traditionell und wenig dynamisch (insbesondere mit dem Argument, „Pappe bleibt Pappe“, und dass nur wenig Entwicklung zu erwarten sei).

- **Auf die Frage der Umweltauswirkungen der Papier, Karton und Pappe verarbeitenden Industrie wird nur moderate Kritik an diesem Industriezweig geäußert.**

- Diese Kritik wird im Vereinigten Königreich und in Griechenland bezüglich ihres Beitrags als Industriezweig der Holzwirtschaft zur Entwaldung (aber nur als indirekter Beitrag) geäußert, sowie in den Niederlanden, in Österreich und in Griechenland in Bezug auf die Probleme, die durch Verpackungen aus Verbundmaterial entstehen, und in Schweden und im Vereinigten Königreich, wo das Recycling als zu wenig entwickelt wahrgenommen

wird, sowie in der Gruppe der Erwachsenen in Luxemburg.

Dieser Industriezweig erscheint jedoch nicht als stark Umwelt verschmutzend.

- Die diesbezüglichen Einstellungen sind insgesamt neutral in Irland, in Deutschland, in Belgien, in Frankreich, in Spanien und bei den erwachsenen Portugiesen (vielleicht gibt es einige Umweltauswirkungen, man ist sich aber nicht sicher, oder man erkennt die positiven Auswirkungen des Recyclings an).
- Sie sind in Finnland gemäßigt positiv (hier werden die Anstrengungen betont, die unternommen wurden, auch wenn dieser Industriezweig wie jede andere Industrie nach wie vor die Umwelt verschmutzt).
- Die Einstellungen sind sogar deutlich positiv bei den Dänen und den luxemburgischen und portugiesischen Jugendlichen, stark geprägt durch das Recycling-Argument (und die biologische Abbaubarkeit der „grünen“ Verpackungen im Großherzogtum).

- **Das Wissen über die Unternehmen dieses Sektors ist gering.**

- Kein einziger Däne, Brite, Deutscher, Niederländer, Luxemburger, Franzose, Italiener, Portugiese oder Grieche kann auch nur ein Einziges nennen – wie einige Befragte sagen, handelt es sich um „gesichtslose“ Unternehmen, und man interessiert sich als Verbraucher mehr für den Inhalt als für die Verpackung.

Einige Befragte nennen mehr oder weniger zufällig Sanglier in Belgien, Smurfit in Irland oder Unipapel in Spanien.

Lediglich in Finnland, in Schweden und in Österreich werden ein oder mehrere Namen mit etwas mehr Sicherheit genannt: M Real bzw. Turun kirjekuoritehdas; und ein paar „KMU“: Tetrapak, Tetrapak und Leycam.

- Man weiß kaum etwas über die Realität dieser Unternehmen, außer den oben genannten, eher innovativen Imagekomponenten und sehr selten genannten Mutmaßungen über ihre Größe (einigen Deutschen zufolge sind es Großunternehmen, für einige Belgier dagegen KMU).

- Die berufliche Attraktivität dieses Industriezweiges ist nicht so schlecht wie die anderer Zweige der Holzwirtschaft, aber dennoch gering.

Man findet allgemeine Vorbehalte gegenüber Industriearbeit generell (die als manuell, repetitiv und wenig qualifiziert angesehen wird), insbesondere im Vereinigten Königreich, in Irland, in Österreich, in Frankreich und in Italien, wenig Interesse an einem als banal betrachteten Produkt in Dänemark und in Italien sowie der Ansiedlung dieser Unternehmen im ländlichen Raum in Finnland.

Lediglich einige Dänen, Briten, Niederländer, Belgier und Portugiesen äußern ein gewisses Interesse an Aufgaben in den Bereichen Konzeption und Design der Erzeugnisse, jedoch ohne besondere Begeisterung.

Wie andere auch, leidet dieser Sektor auf dieser Ebene unter der großen Unkenntnis, die bei den Bürgern verbreitet ist.

- Den Diskussionsteilnehmern wurde der folgende Text über die Papier und Pappe verarbeitende Industrie vorgelegt:

Die Papier- und Kartonverarbeitungsindustrie

Papier- und Kartonverarbeitungsindustrien spielen eine entscheidende Rolle in der Wirtschaft der europäischen Länder und im täglichen Leben ihrer Bürger.

Es ist bereits auf Schreib- und Druckpapier hingewiesen worden, auf Papier im Hygienebereich, auf die Industrieverwendung. Die Vielfalt der Papier- und Kartonanwendungsbereiche ist immens, einschließlich in einer anderen Sparte, dem Bereich Verpackungsindustrie, wo man es mit hochtechnischen Produkten mit genauen Spezifikationen zu tun hat.

Die Rolle der Verpackung ist vielseitig: Schutzfunktionen gegenüber Luft, Wasser und anderen Substanzen, die das Produkt angreifen könnten, dessen optimale Aufbewahrung (z. B. bei frischen Lebensmitteln), Schutz vor Stößen, bei Transport und Lagerung, Schutz vor Temperaturschwankungen, vor Feuchtigkeit bei Kühlschränken oder Kühlräumen. Verpackungen sollen mit einfachen Schließsystemen zum praktischen Handeln ausgestattet sein und attraktiv mit den wichtigsten Produkteigenschaften beschriftet werden können.

Ausgehend von den riesigen, viele Tonnen schweren Rollen, die die Papierindustrie liefert, muss die Papier verarbeitende Industrie diese vielfältigen Anforderungen berücksichtigen, um Produkte zu entwickeln, die den verschiedenen Bedürfnissen entsprechen, sei es aus Papier, Karton oder komplizierten Mischmaterialien oder Kunststoff-Folien z. B. für Milchpackungen, weiche Verpackungen, resistente Kartonverpackungen usw.

Diese Betriebe sind selbst hoch spezialisiert, ständig an den Entwicklungen neuer Produkte und neuer Herstellungsverfahren beteiligt und befinden sich in stetigem Wachstum.

Ähnlich den anderen Industriezweigen dieses Bereichs trägt diese Sparte zum Schutz der Umwelt bei, da sie mit erneuerbaren, recyclebaren und biologisch abbaubaren Stoffen arbeitet.

Aus den Reaktionen der Diskussionsteilnehmer lassen sich folgende Elemente herausstellen:

- Die Gesamtheit der fünf ersten Textabschnitte über die Aktivitäten der Papier und Pappe

verarbeitenden Industrie, ihre Erzeugnisse und Anwendungen wird im Wesentlichen als **eine Information, die kaum in Frage zu stellen ist, aufgenommen, deren Neuheitsgehalt aber unterschiedlich gesehen wird.**

- Die finnischen, schwedischen, deutschen, niederländischen, belgischen und luxemburgischen Befragten erklären, dass kaum Elemente enthalten seien, die sie nicht bereits kannten.
- In anderen Ländern werden durch den Text bereits vorhandene, aber bisher vage Kenntnisse präzisiert oder ergänzt – so beispielsweise über die Art der spezifischen Aktivität (im Vergleich zu der in der Holzwirtschaft vorgeordneten Branche), über ihre Bedeutung und ihr Wachstum, ihren innovativen Charakter, der zum Beispiel durch die Vielfalt der Produkte und Anwendungen gekennzeichnet ist: Das ist in Dänemark, im Vereinigten Königreich, in Irland, in Österreich, in Frankreich und in Italien der Fall.
- Als zusätzliche Information, die bisher nicht bekannt war, wurde der Text in Spanien (bei den Jugendlichen, bezüglich der technischen Merkmale von Pappe), in Portugal (zur Produktinnovation) und in Griechenland (zu den Anwendungen und zur Bedeutung des Sektors) betrachtet.

Der nach Meinung der Befragten nur mäßig informative Charakter des Textes kann angesichts der ursprünglichen Reaktionen, die von Unsicherheit bezüglich der Art der betreffenden Industriezweige geprägt war, als paradox erscheinen. Doch muss man bedenken, dass sich die Diskussion in der Folge auf die Erzeugnisse dieses Industriezweiges ausgerichtet hat, die der Zielgruppe bekannt waren.

- **Bestimmte Aspekte des Textes werden kritisiert oder mit Vorbehalten belegt:**
 - **Bedeutung des Sektors:** Diese wird anerkannt, aber die Bezeichnung „wesentliche Rolle“ in der Volkswirtschaft der europäischen Länder erscheint manchen übertrieben (diese Bemerkung wird vor allem im Vereinigten Königreich und in Italien formuliert) bzw. nicht auf präzise Zahlenangaben gestützt (in Luxemburg).

- **Modernität und stark innovativer Charakter dieses Sektors** (in Irland und in Italien) oder die sehr leistungsfähigen technischen Merkmale des Werkstoffs Pappe (in Österreich).

- **„Selbstzufriedener“ oder „sich selbst beglückwünschender“ Ton** – der wird vor allem in Schweden, in Dänemark, in Deutschland, in Österreich, in Belgien oder in Luxemburg so empfunden, und zwar insbesondere in der Gruppe der Jugendlichen.

Die Kritiken zu diesen Aspekten sind jedoch **eindeutig weniger stark als die, die zu den Texten zur Vorstellung anderer Branchen der Holzwirtschaft geäußert wurden**, die in den vorhergehenden Kapiteln analysiert wurden.

- **Die Argumente zum Umweltschutz stellen das Element dar, das am stärksten angegriffen wurde.**

Zwar wird dieser Industriezweig selten als Quelle schlimmer Umweltbeeinträchtigungen betrachtet, aber dennoch wird Folgendes eingewandt:

- Es wird (erneut) betont, **dass kein Industriezweig von sich behaupten könne, „zur Bewahrung der Umwelt beizutragen“** (allerhöchstens wenig umweltschädlich zu sein) – so in Finnland, in Schweden, in Irland (bei den Jugendlichen), in den Niederlanden und in Griechenland.
- Man kritisiert einen Text, der in dieser Hinsicht nur von positiven Aspekten spricht und ansonsten möglicherweise negative Auswirkungen verschweigt (im Vereinigten Königreich und in der Gruppe der belgischen Jugendlichen).
- **Es werden im Einzelnen die Verpackungen aus Verbundmaterial in Frage gestellt**, die sich auf jeden Fall auf die Umwelt auswirken müssen, die beim Recycling Probleme verursachen (in Schweden und in Deutschland) – oder die Verwendung von anderen Materialien (Kunststoffen) als Papier und Pappe durch die Verpackungsindustrie (in Irland).
- **Zuweilen werden unklarere Zweifel geäußert** (in Spanien, in Portugal usw.).

Das Image des Druckereiwesens



- **Zum Druckereiwesen lassen die spontanen Reaktionen der Diskussionsteilnehmer erkennen, dass sie mit diesem Sektor vertraut sind und ihn im Allgemeinen wertschätzen.**

- **Der Eindruck der Vertrautheit rührt zunächst von den Druckereierzeugnissen her, die man kennt, da man sie täglich sieht und nutzt.**

Praktisch in allen Gruppen werden sofort Zeitungen (und Zeitschriften) sowie Bücher genannt.

An zweiter Stelle wird recht häufig die Werbung und ihre verschiedenen Träger für das gedruckte Wort genannt: Plakate, Broschüren, Faltblätter, Kataloge oder andere Formen der Werbung, die man in seinem Briefkasten vorfindet.

Doch fallen dem einen oder anderen häufig auch spontan Postkarten, Visitenkarten, Glückwunschkarten, Geburts-, Heirats- oder Todesanzeigen, Verpackungen, Etiketten, verschiedenste Tickets oder Eintrittskarten, Tapeten (diese sehr viel seltener) usw. ein.

Die Vertrautheit kommt auch daher, dass man bereits eine Druckerei von innen gesehen hat, entweder direkt (Inanspruchnahme der Dienstleistungen einer Druckerei, um Visitenkarten oder Geburts-, Heirats- oder Todesanzeigen drucken zu lassen – mehrere Personen in verschiedenen Ländern haben bereits eine Druckerei aufgesucht), oder in Filmen oder Fernsehsendungen (vor allem Bilder der großen Rotationspressen der Zeitungen).

Sie kann auch daher rühren, dass man sich überall sicher ist, dass diese Wirtschaftstätig-

keit, im Gegensatz zu manchen anderen der Holzwirtschaft, im eigenen Land existiert und entwickelt ist (diese Reaktion war beispielsweise in Griechenland zu verzeichnen).

- **Die Wertschätzung der Wirtschaftstätigkeit des Druckereiwesens hängt damit zusammen, dass in der Wahrnehmung der Befragten unter den Produkten dieses Sektors Bücher und Zeitungen dominieren: Sie sind Träger für die Verbreitung von Information, Wissen und Kultur.**

Im Übrigen ist es diesbezüglich offensichtlich, dass die Zielgruppe in gewissem Umfang Verlagswesen und Druckereiwesen vermischt und das positive Image des Ersteren auf das Zweitere abfärbt.

Außerdem werden zum Teil Bezüge zur geschichtlichen Dimension des Druckereigewerbes hergestellt.

- **Zuweilen werden auch spontane Bemerkungen zum dynamischen und innovativen Charakter dieses Sektors gemacht,** so in der finnischen, dänischen, österreichischen, irischen und französischen Gruppe (wobei man sich manchmal (aber nicht vorherrschend) nach dieser auf den Menschen gestützten Arbeit, die heute mehr und mehr automatisiert wird, zurückseht).
- **In einigen Ländern enthalten die spontanen Äußerungen zum Druckereiwesen auch den Gedanken, dass es sich um einen Wirtschaftszweig handelt, der die Umwelt belastet und verschmutzt.** Das ist in Deutschland, in Österreich, in Belgien, in Luxemburg und (allerdings weniger deutlich) in Portugal der Fall.

- **Dieser Wirtschaftszweig erscheint allgemein als nützlich und wichtig.**

- **Zunächst aufgrund der Art seiner Erzeugnisse.**

Wir haben gesehen, dass Bücher und Presseprodukte in der gedanklichen Vorstellung von Druckereierzeugnissen vorherrschen. Überall lassen sich die Befragten recht ausführlich aus über **die wichtigen Funktionen der Kommunikation, der Informationsverbreitung und der Verbreitung von Wissen, Bildung und Kultur, für die das Gedruckte den wichtigsten und unverzichtbaren Träger darstellt und weiterhin darstellen wird.**

Dazu kommt **eine wesentliche soziale Funktion:** Es ist klar, dass die moderne Gesellschaft sofort „blockiert“ wäre, wenn sie nicht durch Kommunikation und Information gespeist würde.

In dieser Phase werden einige Bemerkungen zum Vordringen der elektronischen Informations- und Kommunikationstechnologien bzw. der audiovisuellen Medien gemacht (in Finnland, in Dänemark und in Portugal) – aber hauptsächlich, um die eigene Überzeugung zu bekräftigen, dass das Gedruckte bleiben wird, dass es vor allem einen Komfort und ein Lesevergnügen bietet, die der Computerbildschirm nicht bietet und in absehbarer Zukunft auch nicht bieten kann.

Einige Beobachtungen werden auch mitgeteilt, die in eine ganz andere Richtung gehen, nämlich zur Informations- und Werbeschwemme (in der österreichischen und der schwedischen Gruppe), aber sie stellen das allgemeine, sehr positive Gefühl der Nützlichkeit dieses Sektors nicht in Frage.

- **Und zweitens, durch die mehr oder weniger intuitive Wahrnehmung, dass es im Druckereiwesen große oder sehr große Unternehmen gibt,** was den Gedanken, dass es sich um einen Sektor handelt, der wirtschaftlich zählt, noch unterstützt.

- **Fast überall genießt dieser Sektor das Image eines dynamischen und modernen Sektors.**

- Dieses Image ist am stärksten in Schweden, in Dänemark, in den Niederlanden, in Belgien, in Luxemburg, in Spanien und in der Gruppe

der Jugendlichen in Griechenland verbreitet, wo das Druckereiwesen als äußerst moderner und innovativer Sektor mit sehr raschem technischem Fortschritt gesehen wird.

Auch in den anderen Gruppen ist es präsent, wo die Befragten allerdings gleichzeitig auf die geschichtliche Verankerung des Druckereiwesens in der Tradition oder auch die heutige Koexistenz von großen ultramodernen Unternehmen und kleinen Druckereien hinweisen – entweder „handwerkliche Kleindruckereien“ oder Spezialdruckereien für bestimmte künstlerische oder kulturelle Erzeugnisse.

Lediglich bei einem Teil der irischen Erwachsenen und bei den portugiesischen Jugendlichen herrscht noch das Image von Tradition und wenig Entwicklung vor.

- Die Modernität des Druckereiwesens wird in erster Linie über **die Digitalisierung und die Entwicklung von Anwendungen der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien in diesem Sektor wahrgenommen.**

Ganz allgemein wird dies in Dänemark, in Belgien, in Italien, in Spanien und in Griechenland erwähnt, sowie mit ausdrücklichen Hinweisen auf bestimmte Ausprägungen in Finnland (Druck von per Satellit übertragenen Texten und Bildern, Aufgabenbereich grafischer Entwurf), in Irland und in Luxemburg (grafische Gestaltung).

Außerdem ist **die zunehmende Modernität der Druckmaschinen und -verfahren** ein Gedanke, der in Deutschland, in Österreich in Luxemburg, in Italien, in Spanien und bei einem Teil der Portugiesen und Griechen häufig geäußert wird.

Die Entwicklung von Farbzusätzen oder Druckfarben auf Wasserbasis, die umweltfreundlicher sind, ist zudem ein Faktor der Modernität, der in Finnland und in Schweden – mit Vorbehalten, die wir später untersuchen werden – wahrgenommen wird.

- **Die Umweltauswirkungen des Druckereiwesens werden im Allgemeinen negativ bewertet.**

- **Diese Wahrnehmung ist in praktisch allen Ländern verbreitet** und wird in Dänemark,

in Deutschland und in Belgien besonders vehement geäußert.

Sie ist dagegen weniger deutlich im Vereinigten Königreich, in Frankreich (wo man negative Umweltwirkungen eher vermutet als kennt), sowie in Irland (wo ein Teil der Befragten noch nie etwas von diesem Problem gehört hat). In Italien und bei den spanischen und portugiesischen Jugendlichen wird sie relativiert, in Griechenland war sie so gut wie inexistent.

- **Was vor allem in Frage steht, ist der Einsatz von Druckfarben, von „Farbzusätzen“ und von Chemikalien, die häufig als besonders belastend bzw. giftig wahrgenommen werden** und die sich nicht nur negativ auf die Umwelt sondern auch auf die Gesundheit und die Arbeitssicherheit auswirken können (dieses Thema wird beispielsweise in Dänemark, in den Niederlanden, in Belgien und von einigen Portugiesen angesprochen).

Viel weniger häufig wird die Verwendung von nicht wiederverwertbarem Papier in den Druckereien genannt.

- **Gleichzeitig ist das Aufkommen von „biologisch abbaubaren“ bzw. allgemein weniger umweltschädlichen Druckfarben oder Chemikalien „auf Wasserbasis“ in bestimmten Ländern ein recht häufig geäußelter Gedanke**, der wie bereits gesagt in Finnland und in Schweden spontan geäußert wird, aber auch in der österreichischen, der niederländischen und der luxemburgischen Gruppe diskutiert wird.

Insgesamt wird dieser Sektor, obwohl in einigen Ländern ziemlich genaue Kenntnisse der Umweltprobleme des Druckereiwesens vorhanden sind, in den meisten Fällen von den Kritikern der Industriezweige der Holzwirtschaft nicht vorrangig „aufs Korn“ genommen.

- **Die Befragung zu Unternehmen des Druckereiwesens bestätigt die zu Beginn dieses Kapitels erwähnte relative Vertrautheit mit diesem Sektor.**

- **Es werden recht häufig zutreffende Namen**, im Allgemeinen von Großunternehmen genannt: WSOY in Finnland, zusammen mit A-Lehdet und Esselte in Schweden, Mediaprint (und Xerox) in Österreich, Euro Screen und Euro Print in Irland, Dupuis und Rossel in

Belgien, Binsfeld, Saint Paul, Editus und Watgen in Luxemburg, Haidemenos, Lycos, Ektipotiki mit den großen Presseunternehmensgruppen Lambrakis und Tegopoulos in Griechenland, oder den Namen großer Presse- oder Verlagsunternehmen in anderen Ländern.

Selbst wenn man keine Namen von Druckereien im Kopf hat, hat man doch meistens eine Vorstellung, wie sie aussehen und worin (zumindest in groben Zügen) der Herstellungsprozess besteht.

- Die ersten Nennungen betreffen zwar häufig sehr große, in hohem Maße stark automatisierte Unternehmen, **daneben besteht aber ebenfalls recht häufig die Vorstellung, dass es außerdem einen mittelständischen Sektor bzw. handwerkliche Druckereien gibt**, die möglicherweise auf andere Produktarten spezialisiert sind. Das ist ein Element, durch das eine positive Einstellung zu diesem Industriezweig entstehen kann, die sich hier jedenfalls leichter findet, als bei anderen Industriezweigen der Holzwirtschaft, deren archetypisches Image das der „Schwerindustrie“ mit Fließbandarbeit und rigider Organisation ist.

Diese Vorstellung wird vor allem in Finnland, in Dänemark, in Österreich (bei den Erwachsenen), im Vereinigten Königreich, in Belgien, in Frankreich und in Griechenland geäußert. In Irland erscheint sogar der Gedanke eines vor allem aus kleinen Unternehmen bestehenden Sektors.

- **Als potenzieller Arbeitgeber erscheint das Druckereiwesen deutlich attraktiver als alle anderen in dieser Studie untersuchten Sektoren.**

Eine eventuelle Beschäftigung in diesem Sektor wäre für Jugendliche in Schweden, in Dänemark, in Irland, in Belgien und in Portugal, Erwachsene in Finnland und Spanien sowie Teilnehmer beider Gruppen in Österreich, im Vereinigten Königreich, in den Niederlanden, in Frankreich und in Italien attraktiv.

Der Hauptgrund für die (starke oder relative) Attraktivität ist die wahrgenommene Dynamik dieses Sektors und vor allem die Bedeutung der Informations- und Kommunikationstechnologien in diesem Bereich – in den Aufgabenbereichen Gestaltung und grafisches Design, die als stärker intellektuell ausgerichtet und mit mehr Entwicklungsperspektiven

wahrgenommen werden als Industriearbeitsplätze im eigentlichen Sinn. Dieses Argument bringen vor allem die Jugendlichen vor.

Dazu kommt implizit der Zusammenhang, der zwischen dem Druckereiwesen und dem Verlagswesen hergestellt wird, sowie die Wertschätzung seiner Funktion der Informationsverbreitung.

In einigen Fällen werden schließlich die angenommenen Kundenkontakte eines Druckers genannt und die beratende Rolle, die er den Kunden gegenüber einnehmen kann.

Wird die Beschäftigung im Druckereiwesen dagegen als wenig attraktiv betrachtet, so denkt man hier an die Industrieproduktion im engeren Sinn, für die erneut die gängigen Vorstellungen einer wenig qualifizierten, repetitiven und wenig kreativen Arbeit geäußert werden – zuweilen auch die einer wenig angenehmen und potenziell gesundheitsschädlichen Arbeitsumgebung.

- **Wie für die anderen Sektoren wurde den Befragten auch hier ein kurzer Text vorgelegt, in dem sich das Druckergewerbe vorstellt.**

Das Druckgewerbe

In den meisten Fällen wird auf Papier gedruckt: Bücher (von Kunstbüchern bis zu Taschenbüchern), Zeitungen, Zeitschriften, alles wichtige Träger für Kultur, Spaß, aber auch Formulare für die Rationalisierung der Abläufe bei Ämtern und Unternehmen und das einfache Ausfüllen, sei es per Hand oder per Computer.

Das Druckgewerbe ist sehr leistungsfähig, vielfältig, hat mit Innovation und Kunst zu tun, ist hypermodern durch den Einsatz von hochtechnologischen Maschinen.

Das Druckgewerbe ist heute nicht mehr ausschließlich auf Papier fixiert. Es hat heute viel mit den Informations- und Kommunikationstechnologien zu tun: Viele Druckereien verwalten jetzt Text- und Bilddateien ihrer Kunden vollelektronisch, übermitteln diese Dateien per Internet und entwickeln andere Dienste in diesen Bereichen.

Was die klassische Leistung des Papierdrucks anbetrifft, trägt sie positiv zum Umweltschutz bei, sei es über das immer häufigere Recycling des gedruckten Papiers, sei es über Forschung für neue Druckfarben und Klebstoffe auf Wasserbasis, umweltfreundliche Produkte für das Funktionieren und die Reinigung der Maschinen oder Rücknahmesysteme für Lösungsmittel, in den Bereichen, wo sie noch unumgänglich sind.

Die Lektüre dieses Textes ruft je nach Land und Gruppe mehr oder weniger positive Reaktionen hervor. Komplette Ablehnung dagegen ist sehr selten.

- Die positivsten Reaktionen sind in Schweden, Dänemark (trotz einiger Vorbehalte bei den Jugendlichen), in Belgien (hier dagegen gerade bei den Jugendlichen), bei den französischen Erwachsenen, in Italien, in Spanien und in Griechenland zu verzeichnen. Auch die Reaktionen in Finnland und in Portugal waren insgesamt gemäßigter positiv.

In Deutschland, in Österreich, in Irland, in den Niederlanden und in Luxemburg bestehen mehr Vorbehalte.

- **Insgesamt werden die ersten drei Absätze des Textes wenig kritisiert.**

- Die Nützlichkeit der Druckereierzeugnisse (auf Papier) entspricht ganz und gar der bereits vorhandenen, stark ausgeprägten Wahrnehmung.
- Dasselbe gilt im Allgemeinen für die Behauptung des modernen und innovativen Charakters dieses Industriezweiges, dessen Bekräftigung im zweiten Absatz (durch die genaueren Angaben im dritten Absatz noch verstärkt) übrigens dazu beiträgt, die in manchen (minoritären) Gruppen noch bestehenden eher traditionellen Vorstellungen zu ändern.
- Der dritte Absatz bringt manch einem neue Informationen oder nähere Einzelheiten, die interessant sind und das Image der Modernität noch stärken, bezüglich der rein elektronischen Aktivitäten im heutigen Druckereiwesen (digitale Speicherung von Texten und Bildern, Übertragung über das Internet usw.).

Zu bemerken ist allerdings auch, dass manche Befragten nicht so recht verstehen, worum es geht, und dazu neigen, die Behauptung „das Druckgewerbe ist heute nicht mehr ausschließlich auf Papier fixiert“ dahin gehend auszulegen, dass andere Materialien als Papier bedruckt werden, und nicht, dass elektronische Datenträger benutzt werden (von manchen Schweden und Griechen gestellte Frage).

- **Die Kritik konzentriert sich auf den letzten Abschnitt, der sich auf die Umweltauswirkungen des Druckereiwesens bezieht.**

Solche Kritik wird vor allem in Deutschland, in Österreich, in den Niederlanden und in Irland sowie bei einem Teil der Belgier (Erwachsene) und der Luxemburger (Jugendliche) geäußert.

Sie bezieht sich auf den Gedanken, dass das Druckereiwesen „einen positiven Einfluss auf die Umwelt hätte“ – eine *Petitio principii*, die, wie wir bereits gesehen haben, für keinen Industriesektor akzeptiert wird.

Es werden auch Zweifel daran laut, ob wirklich umweltfreundliche Druckfarben und Chemikalien bzw. Verfahren eingesetzt werden. Doch wird diese Behauptung nicht

en bloc zurückgewiesen, sondern eher eine gewisse Unsicherheit bzw. Bitten um mehr Einzelheiten oder Nachweise geäußert.

Dieselben Faktoren stehen hinter den (in erster Linie fragenden und weniger misstrauischen) Reaktionen, die in Dänemark, bei den belgischen Jugendlichen, den luxemburgischen Erwachsenen, den Briten, den Franzosen und den Portugiesen beobachtet werden.

In den anderen Ländern erscheint der Text den Teilnehmern zu diesem Punkt als weitgehend glaubwürdig, die Anstrengungen des Industriezweiges werden als positiv begrüßt.

- **Der allgemeine Ton des Textes ruft, auch wenn er zuweilen als übertrieben positive Darstellung einer sicherlich nicht ganz so rosigen Wirklichkeit gesehen wird (in Finnland, in Dänemark, in Irland, in den Niederlanden und in Luxemburg), sehr viel weniger heftige Kritik hervor, als die Texte, mit denen die übrigen Sektoren der Holzwirtschaft vorgestellt wurden.**

Anhang I

Demografische Zusammensetzung der Gruppen

	Erwachsene				Jugendliche	
	Geschlecht		Alter		Geschlecht	
	Frauen	Männer	25 bis 39	40 bis 60	Frauen	Männer
Deutschland	4	5	6	3	5	3
Österreich	5	5	4	6	5	6
Belgien	4	4	4	4	3	5
Dänemark	4	2	4	2	3	4
Spanien	4	3	3	4	4	4
Finnland	5	3	3	5	6	4
Frankreich	4	4	4	4	4	3
Griechenland	4	4	4	4	4	3
Irland	4	4	4	4	4	4
Italien	3	4	3	4	3	4
Luxemburg	4	5	6	3	5	4
Niederlande	4	4	3	5	4	4
Portugal	4	4	4	4	4	3
Vereinigtes Königreich	4	4	4	4	4	4
Schweden	4	3	3	4	5	5

Anhang II

Diskussionsleitfaden



THEMA I – FORSTWIRTSCHAFT

Wir wollen uns mit Ihnen über den Wald, über Walderzeugnisse und alles, was man daraus gewinnen kann unterhalten. Ich möchte, dass Sie mir zunächst alles sagen, was Ihnen dazu einfällt. Gedanken, Eindrücke, die Sie damit verbinden, dann können wir ins Detail gehen.

THEMA II – DIE PRODUKTE DER FORSTWIRTSCHAFT

- II.1 Reden wir konkret über Produkte, die aus dem Wald gewonnen werden, Industrien oder Wirtschaftszweige, die mehr oder weniger direkt damit verbunden sind.

Welche sind das? Versuchen wir sie aufzulisten.

Moderator: Gegebenenfalls nicht erwähnte Industrien/Bereiche vorgeben.

- II.2 Produkte, die man aus dem Wald gewinnt, werden – wie wir es gerade gesehen haben – in verschiedenen Sektoren und für verschiedene Zwecke eingesetzt.

Wo sehen Sie die Gemeinsamkeiten, und wo sehen Sie die Unterschiede zwischen diesen Bereichen?

Moderator: Explorieren:

- positive Imagekomponenten
- negative Imagekomponenten
- Gemeinsamkeiten

THEMA III – DIE FORSTWIRTSCHAFT

- III.1 Reden wir nun speziell über die Forstwirtschaft, die die Grundprodukte für die unterschiedlichen Zweige liefert, über die wir uns gerade unterhalten haben.

Was wissen Sie über Forstwirtschaft, und woher kommen die Gedanken und Vorstellungen, die Sie damit verbinden?

- III.2 Was kann man über die Bedeutung und die Nützlichkeit dieser Tätigkeit sagen?

- III.3 Betrachten Sie Forstwirtschaft als modern und innovativ oder eher als traditionellen Bereich ohne große Innovation? Was können Sie dazu sagen?

- III.4 Ein anderes Thema, das ich gerne mit Ihnen in Verbindung mit Forstwirtschaft besprechen möchte, ist die Auswirkung auf die Umwelt, das was sie diesbezüglich bewirkt.

Was können Sie dazu sagen? Welche Meinung haben Sie darüber?

- III.5 Reden wir nun über die Waldbesitzer. Wer sind sie, welche Vorstellung haben Sie davon, wie würden Sie sie beschreiben?

- III.6 Wir arbeiten alle in unterschiedlichen Bereichen oder haben vor in Branchen einzusteigen, aber nicht unbedingt in die Forstwirtschaft.

Ich möchte trotzdem gerne wissen, inwieweit es ein Bereich ist, in dem Sie gerne arbeiten würden bzw. gerne gearbeitet hätten und warum?

- III.7 Ich möchte Sie jetzt bitten, sich ein Dokument durchzulesen, das die Forstwirtschaft vorstellt, und mir zu sagen, was Sie davon halten (Blatt A verteilen).

Moderator: Explorieren:

- Verständnis/Klarheit.
- Was lernen die Teilnehmer bei diesem Dokument, was ist ihnen neu?
- Glaubwürdigkeit des Dokuments.
- Glaubwürdigkeit von jedem Absatz.

THEMA IV – DIE HOLZVERARBEITUNGSINDUSTRIE

- IV.1 Reden wir nun über einen der Wirtschaftszweige, der die Produkte des Waldes verarbeitet: die Holzverarbeitungsindustrie.

Was wissen Sie über diese Branche und ihre Erzeugnisse, und woher haben Sie Ihre Kenntnisse oder Ihre Mutmaßungen?

Moderator: Zu den einzelnen Produkten bzw. deren Herstellungsweise explorieren!

- IV.2 Was kann man über die Bedeutung und die Nützlichkeit dieses Wirtschaftszweiges und dessen Erzeugnisse heute sagen?

Moderator: Exploration zu den einzelnen Produkten!

- IV.3 Betrachten Sie diesen Wirtschaftszweig als modern und innovativ oder eher als einen traditionellen Bereich mit geringen Innovationen. Woher kommen Ihre Meinungen und Eindrücke?

- IV.4 „Und wie ist es hier mit dem Umweltschutz? Wie beurteilen Sie den Sektor in dieser Hinsicht, und woher kommen diese Eindrücke und Meinungen?“

- IV.5 „Reden wir nun über die Betriebe in diesem Bereich. Was wissen Sie darüber, wie würden Sie sie beschreiben, welche Vorstellung haben Sie davon?“

- IV.6 Ist es eine Branche, in der Sie gerne arbeiten würden bzw. gearbeitet hätten? Warum?

- IV.7 Ich zeige Ihnen ein kurzes Dokument über diesen Bereich. Lesen Sie es bitte durch und

sagen Sie mir, was Sie davon halten (Blatt B verteilen).

Moderator: Explorieren:

- Verständnis/Klarheit.
- Was lernen die Teilnehmer aus diesem Dokument? Was ist für sie neu?
- Glaubwürdigkeit des ganzen Papiers.
- Glaubwürdigkeit der einzelnen Punkte.

THEMA V – DIE MÖBELINDUSTRIE

- V.1 Reden wir nun über einen anderen Sektor, der Produkte aus dem Wald verarbeitet: die Möbelindustrie.

Was wissen Sie über diese Branche und woher haben Sie dieses Wissen?

Welche Gedanken, welche Vorstellungen fallen Ihnen dazu ein, und wie sind sie zu bewerten?

Moderator: Zu den einzelnen Produkten und deren Herstellungsweise explorieren!

- V.2 Was kann man zu der Wichtigkeit und Nützlichkeit dieses Industriezweiges und seiner Produkte heute sagen?

Moderator: Zu den einzelnen Produkten explorieren!

- V.3 Immer noch zu dieser Branche, betrachten Sie sie als modern und innovativ oder eher als traditionsreiche Sparte, wo wenig Innovationen stattfinden? Und wie kommt diese Meinung bei Ihnen zustande?

- V.4 Was ist hier zum Thema Umwelt zu sagen? Wie beurteilen Sie in dieser Hinsicht diese Industrie?

- V.5 Reden wir nun über die Unternehmen in dieser Branche. Was wissen Sie darüber, wie würden Sie sie beschreiben, und welche Vorstellung haben Sie davon?

- V.6 Ist das eine Sparte, in der Sie gerne arbeiten würden bzw. in der Sie gerne gearbeitet hätten?

- V.7 Ich gebe Ihnen hierzu wieder eine kleine Darstellung. Lesen Sie diese bitte durch und

sagen Sie mir, was Sie davon halten (Blatt C verteilen).

Moderator: Explorieren:

- Verständnis und Klarheit.
- Was lernen die Teilnehmer bei dieser Darstellung, was ist ihnen neu?
- Glaubwürdigkeit der Gesamtdarstellung.
- Glaubwürdigkeit der einzelnen Punkte.

sagen Sie mir, was Sie davon halten (Blatt D verteilen).

Moderator: Explorieren:

- Verständnis und Klarheit.
- Was lernen die Teilnehmer aufgrund der Darstellung, was ist für sie neu?
- Glaubwürdigkeit der Gesamtdarstellung.
- Glaubwürdigkeit der einzelnen Punkte.

THEMA VI – PAPIERBREI, PAPIER- UND KARTONHERSTELLUNG

VI.1 Nun zu einem neuen Sektor, der mit Erzeugnissen aus dem Wald arbeitet: Papier- und Kartonherstellung, angefangen mit Papierbrei.

Was wissen Sie von diesem Sektor, von den einzelnen Produkten? Woher kommen Ihre Kenntnisse und Eindrücke?

Welche Vorstellungen, welche Gedanken verbinden Sie damit, und was halten Sie davon?

Moderator: Zu den einzelnen Produkten und deren Herstellungsweise explorieren!

VI.2 Was kann man über die Bedeutung und die Nützlichkeit dieses Sektors und seiner Erzeugnisse heute sagen?

Moderator: Zu den einzelnen Produkten explorieren!

VI.3 Bleiben wir bei dieser Branche. Halten Sie sie für modern und innovativ oder sehen Sie sie als traditionellen Sektor oder wesentliche Neuerung an? Woher kommt dieser Eindruck?

VI.4 Und wie ist es hier mit dem Umweltschutz? Wie beurteilen Sie den Sektor in dieser Hinsicht, und woher kommen diese Eindrücke und Meinungen?

VI.5 Reden wir nun über die Betriebe in diesem Bereich. Was wissen Sie darüber, wie würden Sie sie beschreiben, welche Vorstellung haben Sie davon?

VI.6 Ist es eine Branche, in der Sie gerne arbeiten würden bzw. gerne gearbeitet hätten?

VI.7 Ich habe hier eine kurze Darstellung dieses Sektors. Lesen Sie diese bitte durch und

THEMA VII – DIE PAPIER- UND PAPPEVERARBEITUNGSINDUSTRIE

VII.1 Sprechen wir nun über einen weiteren Sektor, der mit Erzeugnissen aus dem Wald arbeitet: Die Papier- und Kartonherstellung.

Was wissen Sie von diesem Sektor, von den einzelnen Produkten? Woher kommen Ihre Kenntnisse und Eindrücke?

Welche Vorstellungen, welche Gedanken verbinden Sie damit, und was halten Sie davon?

Moderator: Zu den einzelnen Produkten und deren Herstellungsweise explorieren!

VII.2 Was kann man über die Bedeutung und die Nützlichkeit dieses Sektors und dessen Erzeugnisse heute sagen?

Moderator: Zu den einzelnen Produkten explorieren!

VII.3 Bleiben wir bei dieser Branche. Halten Sie sie für modern und innovativ oder sehen Sie sie als traditionellen Sektor oder wesentliche Neuerung an? Woher kommt dieser Eindruck?

VII.4 Und wie ist es hier mit dem Umweltschutz? Wie beurteilen Sie den Sektor in dieser Hinsicht und woher kommen diese Eindrücke und Meinungen?

VII.5 Reden wir nun über die Betriebe in diesem Bereich. Was wissen Sie darüber, wie würden Sie sie beschreiben, welche Vorstellung haben Sie davon?

VII.6 Ist es eine Branche, in der Sie gerne arbeiten würden bzw. gerne gearbeitet hätten?

VII.7 Ich habe hier eine kurze Darstellung dieses Sektors. Lesen Sie diese bitte durch und

sagen Sie mir, was Sie davon halten (Blatt E verteilen).

Moderator: Explorieren:

- Verständnis und Klarheit.
- Was lernen die Teilnehmer aufgrund der Darstellung, was ist für sie neu?
- Glaubwürdigkeit der Gesamtdarstellung.
- Glaubwürdigkeit der einzelnen Punkte.

THEMA VIII – DAS DRUCKGEWERBE

VIII.1 Nun zu einem weiteren Sektor, der mit Erzeugnissen aus dem Wald arbeitet: Das Druckgewerbe.

Was wissen Sie von diesem Sektor, von den einzelnen Produkten? Woher kommen Ihre Kenntnisse und Eindrücke?

Welche Vorstellungen, welche Gedanken verbinden Sie damit und was halten Sie davon?

Moderator: Zu den einzelnen Produkten und deren Herstellungsweise explorieren!

VIII.2 Was kann man über die Bedeutung und die Nützlichkeit dieses Sektors und dessen Erzeugnisse heute sagen?

Moderator: Zu den einzelnen Produkten explorieren!

VIII.3 Bleiben wir bei dieser Branche. Halten Sie sie für modern und innovativ oder sehen Sie sie als traditionellen Sektor oder wesentliche Neuerung an? Woher kommt dieser Eindruck?

VIII.4 Und wie ist es hier mit dem Umweltschutz? Wie beurteilen Sie den Sektor in dieser Hinsicht und woher kommen diese Eindrücke und Meinungen?

VIII.5 Reden wir nun über die Betriebe in diesem Bereich. Was wissen Sie darüber, wie würden Sie sie beschreiben, welche Vorstellung haben Sie davon?

VIII.6 Ist es eine Branche, in der Sie gerne arbeiten würden bzw. gerne gearbeitet hätten?

VIII.7 Ich habe hier eine kurze Darstellung dieses Sektors. Lesen Sie diese bitte durch und sagen

Sie mir, was Sie davon halten (Blatt F verteilen).

Moderator: Explorieren:

- Verständnis und Klarheit.
- Was lernen die Teilnehmer aufgrund der Darstellung, was ist für sie neu?
- Glaubwürdigkeit der Gesamtdarstellung.
- Glaubwürdigkeit der einzelnen Punkte.

THEMA IX – ZUSAMMENFASSUNG

Wir haben uns über die einzelnen Wirtschaftszweige unterhalten, die mit der Bewirtschaftung des Waldes direkt oder indirekt zu tun haben.

Was würden Sie jetzt dazu sagen?

Moderator: Explorieren:

- Was die einzelnen Wirtschaftszweige gemeinsam haben?
- Interesse/Reiz dieser Sektoren (welche?).
- Hauptsächlich positive und negative Imagedimensionen der Sektoren der Holz verarbeitenden Industrie.
- Eventuelle Änderungen der Einstellungen im Vergleich zum Anfang der Diskussion.

Weitere Informationen zur Generaldirektion Unternehmen



Weitere nützliche Informationen zur Arbeit von Kommissionsmitglied Erkki Liikanen und der Generaldirektion Unternehmen finden Sie in gedruckten Veröffentlichungen und im Internet.

Kommissionsmitglied Erkki Liikanen, zuständig für Unternehmen und Informationsgesellschaft:
http://europa.eu.int/comm/commissioners/liikanen/index_de.htm

GD Unternehmen im Internet:
http://europa.eu.int/comm/dgs/enterprise/index_de.htm

Holzwirtschaft im Internet:
http://europa.eu.int/comm/enterprise/forest_based

CORDIS (Forschungs- & Entwicklungsinformationsdienst der Gemeinschaft):
<http://www.cordis.lu>

Arbeitsprogramm der GD Unternehmen:
http://europa.eu.int/comm/dgs/enterprise/work_programme_2002.htm

Gedruckte Veröffentlichungen der GD Unternehmen:
<http://europa.eu.int/comm/enterprise/library/index.htm>

Newsletter

Unternehmen Europa ist ein kostenloses Mitteilungsblatt, das von der Generaldirektion Unternehmen vierteljährlich in den elf Amtssprachen veröffentlicht wird. Es umfasst die ganze Bandbreite der Arbeitsgebiete der GD Unternehmen, kündigt neue Initiativen an und bietet praktische Informationen.

<http://europa.eu.int/comm/enterprise/library/enterprise-europe/index.htm>

CORDIS focus wird zweimal im Monat in Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch und Spanisch veröffentlicht und bietet einen Überblick über die wichtigsten Entwicklungen in allen Bereichen der EU-Forschung und Innovationstätigkeiten und umfasst die allgemeine politische Entwicklung, Programmdurchführung, Ausschreibungen und deren Ergebnisse, Veranstaltungen, gesetzgeberische Aktivitäten und vieles mehr.

<http://www.cordis.lu/focus/en/src/focus.htm>

Innovation & Technologietransfer wird sechsmal jährlich in Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch und Spanisch im Rahmen des Innovationsprogramms der Europäischen Kommission veröffentlicht. Dieses Programm ist auf die Förderung der Innovation auf Gemeinschaftsebene ausgerichtet und soll die Beteiligung der KMU am Fünften FTE-Rahmenprogramm unterstützen. Der Schwerpunkt liegt auf der rechtzeitigen Information über alles, was mit diesen Zielen zusammenhängt, und auf umfassenden „Fallstudien“ erfolgreicher Projekte.

<http://www.cordis.lu/itt/itt-de/home.html>

Euroabstracts wird sechsmal jährlich in Englisch vom „Programm Innovation & KMU“ veröffentlicht, das Teil des Fünften FTE-Rahmenprogramms der Europäischen Kommission ist. Das Programm Innovation & KMU fördert die Innovation und die Einbeziehung kleiner und mittlerer Unternehmen in das Rahmenprogramm.

<http://www.cordis.lu/euroabstracts/en/home.html>

Europäisches Trend Chart für Innovation Newsletter. Das Trend-Chart-Projekt entwickelt praktische Hilfsmittel für politische Entscheidungsträger in Europa. Dazu gehört die Sammlung, regelmäßige Aktualisierung und Analyse von Daten über innovationspolitische Maßnahmen auf nationaler und Gemeinschaftsebene. Der Newsletter wird vierteljährlich in Deutsch, Englisch

und Französisch veröffentlicht. Weitere Berichte und Studien sind im Internet verfügbar unter
<http://trendchart.cordis.lu/Reports/>

Unternehmen

Business management factors and performance across countries. Nr. 10, 2002. J. M. Irigoyen. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2002. 54 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-AE-02-003-EN-C

Business impact assessment pilot project. Final report – Lessons learned and the way forward. Nr. 9, 2002. Europäische Kommission. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2002. 40 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-AE-02-002-EN-C

Technology policy in the telecommunication sector – Market responses and economic impacts. Nr. 8, 2002. Heli Koski. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2002. 46 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-AE-02-001-EN-C

Innovation and competitiveness in European biotechnology. Nr. 7, 2002. A. Allansdottir, A. Bonaccorsi u. a. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2002. 112 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-40-01-690-EN-C

Assessment criteria for distinguishing between competitive and dominant oligopolies in merger control. Nr. 6, 2001. Europe Economics. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 164 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-40-01-608-EN-C

Innovation, technology and risk capital. Nr. 5, 2001. D. Steinbock. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 48 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-40-01-339-EN-C

Europe's position in quality competition. Nr. 4, 2001. K. Aiginger. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 66 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-38-01-964-EN-C

External services, structural change and industrial performance. Nr. 3, 2001. M. Peneder, S. Kaniovski, B. Dachs. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 36 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-38-01-956-EN-C

The textile and clothing industry in the EU – A survey. Nr. 2, 2001. W. Stengg. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 68 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-38-01-770-EN-C

Global competitiveness in pharmaceuticals – A European perspective. Nr. 1, 2001. A. Gambardella, L. Orsenigo, F. Pammolli. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 108 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-37-01-162-EN-C

Innovation

University spin-outs in Europe – Overview and good practice. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2002. (EN).
Kat.-Nr.: NB-NA-17-046-EN-C

Assessment of the Community regional innovation and technology strategies. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2002. (EN).
Kat.-Nr.: NB-NA-17-028-EN-C

Corporation tax and Innovation. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2002. (EN).
Kat.-Nr.: NB-NA-17-035-**-C

Innovation and enterprise creation: statistics and indicators. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 300 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-NA-17-038-EN-C

Innovation policy in Europe: European trend chart on innovation. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 52 S. (DE, EN, FR).
Kat.-Nr.: NB-NA-17-044-EN-C

Innovation policy issues in six candidate countries: the challenges. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 190 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-NA-17-036-EN-C

Guarantee mechanisms for financing innovative technology. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. (EN). 20 €.
Kat.-Nr.: NB-NA-17-041-EN-C

Interim assessment of the I-TEC pilot project. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. (EN).
Kat.-Nr.: NB-NA-17-033-EN-C

Training needs of investment analysts. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 48 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-NA-17-031-EN-C

Informal investors and high-tech entrepreneurship. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 91 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-NA-17-030-EN-C

Building an innovative economy in Europe. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 67 S. (EN). 11,50 €.
Kat.-Nr.: NB-NA-17-043-EN-C

Enforcing small firms' patent rights. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 89 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-NA-17-032-EN-C

Das Europäische Beobachtungsnetz für KMU

European SMEs and Social and Environmental Responsibility. Nr. 4, 2002. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2002. 72 S. (DE, EN, FR).
Kat.-Nr.: NB-14-01-004-**-C

Regional Clusters in Europe. Nr. 3, 2002. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2002. 64 S. (DE, EN, FR).
Kat.-Nr.: NB-14-01-003-**-C

SMEs in Europe, including a first glance at EU candidate countries. Nr. 2, 2002. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2002. 52 S. (DE, EN, FR).
Kat.-Nr.: NB-14-01-002-**-C

Highlights from the 2001 Survey. Nr. 1, 2002. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2002. 32 S. (DE, EN, FR).
Kat.-Nr.: NB-14-01-001-**-C

Wettbewerbsfähigkeit und Benchmarking

Good practice in industry-science relations, Benchmarking papers Nr. 5, 2002. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2002. 46 S. (EN). 7,50 €.
Kat.-Nr.: NB-43-02-939-EN-C

European competitiveness report 2002. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2002. 126 S. (EN). 14 €.
Kat.-Nr.: NB-AK-02-001-EN-C

European competitiveness report 2001. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 139 S. (EN). 10 €.
Kat.-Nr.: NB-39-01-110-EN-C

A pocket book of enterprise policy indicators. Ausgabe 2001. Luxemburg, 2002. 29 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-41-01-649-EN-C

Competitiveness, innovation and enterprise performance. A selection of graphs and tables from the competitiveness report, the innovation scoreboard and the enterprise scoreboard. Brüssel, GD Unternehmen, 2001. 104 S. (EN).

Best-Berichte

Benchmarking the management and promotion of business incubators. Policy actions – the way forward. Nr. 1, 2002. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2002. 46 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-AL-02-002-EN-C

Berichte, Studien usw.

Competitiveness of the European Union – Publishing Industries. Final Report, 27 July 1999. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2000. 147 S. (EN)
Kat.-Nr.: CO-25-99-722-EN-C
ISBN 92-828-8290-X

Competitiveness of the European Union – Woodworking Industries. Summary Report. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2000. 71 S. (EN).
Kat.-Nr.: ISBN 92-828-9769-9

Special feature on Publishing and Printing (Eurostat). Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001, 80 S. (EN).
Kat.-Nr.: ISBN 92-894-0436-1

The e-Economy in Europe: Its potential impact on EU enterprises and policies, Brüssel, 1. und 2. März 2001. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 47 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-35-01-053-EN-C

Creating an entrepreneurial Europe. The activities of the European Union for small and medium-sized enterprises (SMEs) – Ausgabe 2000. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 150 S. (sämtliche Amtssprachen der EG).
Kat.-Nr.: NB-27-00-992-**-C

The intangible economy: impact and policy issues. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 59 S. (EN). 20 €.
Kat.-Nr.: NB-31-00-772-EN-C

Implementation report on the action plan to promote entrepreneurship and competitiveness. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 28 S. (sämtliche Amtssprachen der EG).
Kat.-Nr.: NB-34-00-390-**-C

Industrial aspects of the information society: business networks and the knowledge-driven economy: an empirical study carried out in Europe and Canada. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2000. 81 S. (EN). 43 €.
Kat.-Nr.: CO-25-99-253-EN-C

Methodologies for benchmarking framework conditions. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2000. 17 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-31-00-780-EN-C

The role of information and communications technologies in growth and competitiveness. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2000. 17 S. (EN).
Kat.-Nr.: CO-26-99-449-EN-C

Leitfäden – GD Unternehmen

Methods of referencing standards in legislation with an emphasis on European legislation. Brüssel, GD Unternehmen, 2002. 16 S. (EN).

Helping businesses overcome financial difficulties: A guide on good practices and principles. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2002. 41 S. (sämtliche Amtssprachen der EG).
Kat.-Nr.: NB-39-01-926-**-C

Recreational craft directive and comments to the directive combined. A guide to the application of Directive 94/25/EC of 16 June 1994 on the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States relating to recreational craft. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 104 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-19-98-334-EN-C

ATEX guidelines. Guidelines on the application of Directive 94/9/EC of 23 March 1994 on the approximation of the laws of the Member States concerning equipment and protective systems intended for use in potentially explosive atmospheres. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2001. 118 S. (DE, EN, FR).
Kat.-Nr.: NB-33-00-582-**-C

Helping businesses start up: A 'good practice guide' for business support organisations. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2000. 36 S. (sämtliche Amtssprachen der EG).
Kat.-Nr.: CT-25-99-980-**-C

Guide to the implementation of directives based on the new approach and the global approach. Luxemburg

(Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2000. 112 S. (DE, EN, FR).
Kat.-Nr.: CO-22-99-014-**-C

Electrical and mechanical engineering directory, 2000 edition. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2000. 133 S. (EN).
Kat.-Nr.: CO-24-99-275-EN-C

Useful facts in relation to the personal protective equipment (PPE) Directive 89/686/EEC. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2000. 145 S. (EN).
Kat.-Nr.: CO-21-99-020-EN-C

Machinery: useful facts in relation to Directive 98/37/EC. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 1999. 266 S. (EN).
Kat.-Nr.: CO-20-99-866-EN-C

Pharmaceuticals in the European Union. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2000. 36 S. (EN).
Kat.-Nr.: NB-30-00-059-EN-C

Cosmetlex: The rules governing cosmetic products in the European Union. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 2000, 3 Bde. (EN). Bd. 1: Cosmetics legislation, 74 S., 14,50 €; Bd. 2: Methods of analysis, 187 S., 31 €; Bd. 3: Guidelines, 84 S., 16 €.
Bd. 1: Kat.-Nr.: NB-26-99-958-EN-C;
Bd. 2: Kat.-Nr.: NB-26-99-966-EN-C;
Bd. 3: Kat.-Nr.: NB-26-99-974-EN-C

Eudrallex: The rules governing medicinal products in the European Union. Luxemburg (Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG), 1998-, (DE, EN, ES, FR, IT), kostenpflichtig.

Medicinal products for human use, Bde. 1, 2a, 2b, 3 Medicinal products for human and veterinary use, Bd. 4 Veterinary medicinal practice, Bde. 5, 6a, 6b, 7a, 7b (8 und 9 noch nicht veröffentlicht).
Online-Version:
pharmacos.eudra.org/F2/eudrallex/index.htm

Kontakt:

Europäische Kommission
Generaldirektion Unternehmen
Dokumentationsstelle
B-1049 Brüssel
Fax (32-2) 296 99 30
[http://europa.eu.int/comm/enterprise/mailbox/
request_form_de.htm](http://europa.eu.int/comm/enterprise/mailbox/request_form_de.htm)

Europäische Kommission
Generaldirektion Unternehmen
Direktion Innovation
Referat Kommunikation und Aufklärung
EUFO 2295
Rue Alcide De Gasperi
L-2920 Luxembourg
Fax (352) 43 01-32084 innovation@cec.eu.int

Kostenpflichtige Veröffentlichungen werden vom Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften über ein Netz von Vertriebsbüros verkauft. Eine auf dem neuesten Stand befindliche Liste erhalten Sie unter <http://publications.eu.int/index.htm>

Europäische Kommission

Das Image der Holzwirtschaft – Qualitative Studie

Luxemburg: Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften

2002 — 67 S. — 21 x 29,7 cm

ISBN 92-894-4124-0

Preis in Luxemburg (ohne MwSt.): 7 EUR

Venta • Salg • Verkauf • Πωλήσεις • Sales • Vente • Vendita • Verkoop • Venda • Myynti • Försäljning
<http://eur-op.eu.int/general/en/s-ad.htm>

BELGIQUE/BELGIË

Jean De Lannoy

Avenue du Roi 202/Koningslaan 202
B-1190 Bruxelles/Brussel
Tél. (32-2) 538 43 08
Fax (32-2) 538 08 41
E-mail: jean.de.lannoy@infoboard.be
URL: <http://www.jean-de-lannoy.be>

**La librairie européenne/
De Europese Boekhandel**

Rue de la Loi 244/Wetstraat 244
B-1040 Bruxelles/Brussel
Tél. (32-2) 295 26 39
Fax (32-2) 735 08 60
E-mail: mail@libeurop.be
URL: <http://www.libeurop.be>

Moniteur belge/Belgisch Staatsblad

Rue de Louvain 40-42/Leuvenseweg 40-42
B-1000 Bruxelles/Brussel
Tél. (32-2) 552 22 11
Fax (32-2) 511 01 84
E-mail: eusales@just.fgov.be

DANMARK

J. H. Schultz Information A/S

Herstedvang 12
DK-2620 Albertslund
Tlf. (45) 43 63 23 00
Fax (45) 43 63 19 69
E-mail: schultz@schultz.dk
URL: <http://www.schultz.dk>

DEUTSCHLAND

Bundesanzeiger Verlag GmbH

Vertriebsabteilung
Amsterdamer Straße 192
D-50735 Köln
Tel. (49-221) 97 66 80
Fax (49-221) 97 66 82 78
E-Mail: Vertrieb@bundesanzeiger.de
URL: <http://www.bundesanzeiger.de>

ΕΛΛΑΔΑ/GREECE

G. C. Eleftheroudakis SA

International Bookstore
Panepistimiou 17
GR-10564 Athina
Tel. (30-1) 331 41 80/1/2/3/4/5
Fax (30-1) 325 84 99
E-mail: elebooks@netor.gr
URL: elebooks@hellasnet.gr

ESPAÑA

Boletín Oficial del Estado

Trafalgar, 27
E-28071 Madrid
Tel. (34) 915 38 21 11 (libros)
913 84 17 15 (suscripción)
Fax (34) 915 38 21 21 (libros),
913 84 17 14 (suscripción)
E-mail: clientes@com.boe.es
URL: <http://www.boe.es>

Mundi Prensa Libros, SA

Castelló, 37
E-28001 Madrid
Tel. (34) 914 36 37 00
Fax (34) 915 75 39 98
E-mail: libreria@mundiprensa.es
URL: <http://www.mundiprensa.com>

FRANCE

Journal officiel

Service des publications des CE
26, rue Desaix
F-75727 Paris Cedex 15
Tél. (33) 140 58 77 31
Fax (33) 140 58 77 00
E-mail: europublications@journal-officiel.gouv.fr
URL: <http://www.journal-officiel.gouv.fr>

IRELAND

Alan Hanna's Bookshop

270 Lower Rathmines Road
Dublin 6
Tel. (353-1) 496 73 98
Fax (353-1) 496 02 28
E-mail: hannas@iol.ie

ITALIA

Licosa SpA

Via Duca di Calabria, 1/1
Casella postale 552
I-50125 Firenze
Tel. (39) 055 64 83 1
Fax (39) 055 64 12 57
E-mail: licosa@licosa.com
URL: <http://www.licosa.com>

LUXEMBOURG

Messageries du livre SARL

5, rue Raiffeisen
L-2411 Luxembourg
Tél. (352) 40 10 20
Fax (352) 49 06 61
E-mail: mail@mdl.lu
URL: <http://www.mdl.lu>

NEDERLAND

SDU Servicecentrum Uitgevers

Christoffel Plantijnstraat 2
Postbus 20014
2500 EA Den Haag
Tel. (31-70) 378 98 80
Fax (31-70) 378 97 83
E-mail: sdu@sdu.nl
URL: <http://www.sdu.nl>

PORTUGAL

Distribuidora de Livros Bertrand Ld.ª

Grupo Bertrand, SA
Rua das Terras dos Vales, 4-A
Apartado 60037
P-2700 Amadora
Tel. (351) 214 95 87 87
Fax (351) 214 96 02 55
E-mail: dlb@ip.pt

Imprensa Nacional-Casa da Moeda, SA

Sector de Publicações Oficiais
Rua da Escola Politécnica, 135
P-1250-100 Lisboa Codex
Tel. (351) 213 94 57 00
Fax (351) 213 94 57 50
E-mail: spoce@incm.pt
URL: <http://www.incm.pt>

SUOMI/FINLAND

**Akateeminen Kirjakauppa/
Akademiska Bokhandeln**

Keskuskatu 1/Centralgatan 1
PL/PB 128
FIN-00101 Helsinki/Helsingfors
P./tfn (358-9) 121 44 18
F./fax (358-9) 121 44 35
Sähköposti: sps@akateeminen.com
URL: <http://www.akateeminen.com>

SVERIGE

BTJ AB

Traktörvägen 11-13
S-221 82 Lund
Tlf. (46-46) 18 00 00
Fax (46-46) 30 79 47
E-post: btjeu-pub@btj.se
URL: <http://www.btj.se>

UNITED KINGDOM

The Stationery Office Ltd

Customer Services
PO Box 29
Norwich NR3 1GN
Tel. (44) 870 60 05-522
Fax (44) 870 60 05-533
E-mail: book.orders@theso.co.uk
URL: <http://www.itsofficial.net>

ÍSLAND

Bokabud Larusar Blöndal

Skólavörðustíg, 2
IS-101 Reykjavík
Tel. (354) 552 55 40
Fax (354) 552 55 60
E-mail: bokabud@simnet.is

SCHWEIZ/SUISSE/SVIZZERA

Euro Info Center Schweiz

c/o OSEC Business Network Switzerland
Stampfenbachstraße 85
PF 492
CH-8035 Zürich
Tel. (41-1) 365 53 15
Fax (41-1) 365 54 11
E-mail: eics@osec.ch
URL: <http://www.osec.ch/eics>

BĂLGARIJA

Euopress Euromedia Ltd

59, blvd Vitosha
BG-1000 Sofia
Tel. (359-2) 980 37 66
Fax (359-2) 980 42 30
E-mail: Milena@mbox.cit.bg
URL: <http://www.euopress.bg>

CYPRUS

Cyprus Chamber of Commerce and Industry

PO Box 21455
CY-1509 Nicosia
Tel. (357-2) 88 97 52
Fax (357-2) 66 10 44
E-mail: demetrap@ccci.org.cy

EESTI

Eesti Kaubandus-Tööstuskoda

(Estonian Chamber of Commerce and Industry)
Toom-Kooli 17
EE-10130 Tallinn
Tel. (372) 646 02 44
Fax (372) 646 02 45
E-mail: einfo@koda.ee
URL: <http://www.koda.ee>

HRVATSKA

Mediatrade Ltd

Pavla Hatza 1
HR-10000 Zagreb
Tel. (385-1) 481 94 11
Fax (385-1) 481 94 11

MAGYARORSZÁG

Euro Info Service

Szt. István krt.12
III emelet 1/A
PO Box 1039
H-1137 Budapest
Tel. (36-1) 329 21 70
Fax (36-1) 349 20 53
E-mail: euroinfo@euroinfo.hu
URL: <http://www.euroinfo.hu>

MALTA

Miller Distributors Ltd

Malta International Airport
PO Box 25
Luqa LQA 05
Tel. (356) 66 44 88
Fax (356) 67 67 99
E-mail: gwirth@usa.net

NORGE

Swets Blackwell AS

Hans Nielsen Hauges gt. 39
Boks 4901 Nydalen
N-0423 Oslo
Tel. (47) 23 40 00 00
Fax (47) 23 40 00 01
E-mail: info@no.swetsblackwell.com
URL: <http://www.swetsblackwell.com.no>

POLSKA

Ars Polona

Krakowskie Przedmiescie 7
Skr. pocztowa 1001
PL-00-950 Warszawa
Tel. (48-22) 826 12 01
Fax (48-22) 826 62 40
E-mail: books119@arspolona.com.pl

ROMÂNIA

Euromedia

Str.Dionisie Lupu nr. 65, sector 1
RO-70184 Bucuresti
Tel. (40-1) 315 44 03
Fax (40-1) 312 96 46
E-mail: euromedia@mailcity.com

SLOVAKIA

Centrum VTI SR

Nám. Slobody, 19
SK-81223 Bratislava
Tel. (421-7) 54 41 83 64
Fax (421-7) 54 41 83 64
E-mail: europ@tbb1.sltk.stuba.sk
URL: <http://www.sltk.stuba.sk>

SLOVENIJA

GV Zalozba

Dunajska cesta 5
SLO-1000 Ljubljana
Tel. (386) 613 09 1804
Fax (386) 613 09 1805
E-mail: europ@gvestnik.si
URL: <http://www.gvzalozba.si>

TÜRKIYE

Dünya Infotel AS

100, Yil Mahallesi 34440
TR-80050 Bagcilar-Istanbul
Tel. (90-212) 629 46 89
Fax (90-212) 629 46 27
E-mail: aktuel.info@dunya.com

ARGENTINA

World Publications SA

Av. Cordoba 1877
C1120 AAA Buenos Aires
Tel. (54-11) 48 15 81 56
Fax (54-11) 48 15 81 56
E-mail: wpbooks@infovia.com.ar
URL: <http://www.wpbooks.com.ar>

AUSTRALIA

Hunter Publications

PO Box 404
Abbotsford, Victoria 3067
Tel. (61-3) 94 17 53 61
Fax (61-3) 94 19 71 54
E-mail: jpdavies@ozemail.com.au

BRESIL

Livraria Camões

Rua Bittencourt da Silva, 12 C
CEP
20043-900 Rio de Janeiro
Tel. (55-21) 262 47 76
Fax (55-21) 262 47 76
E-mail: livraria.camoes@incm.com.br
URL: <http://www.incm.com.br>

CANADA

Les éditions La Liberté Inc.

3020, chemin Sainte-Foy
Sainte-Foy, Québec G1X 3V6
Tel. (1-418) 658 37 63
Fax (1-800) 567 54 49
E-mail: liberte@mediom.qc.ca

Renouf Publishing Co. Ltd

5369 Chemin Canotek Road, Unit 1
Ottawa, Ontario K1J 9J3
Tel. (1-613) 745 26 65
Fax (1-613) 745 76 60
E-mail: order.dept@renoufbooks.com
URL: <http://www.renoufbooks.com>

EGYPT

The Middle East Observer

41 Sherif Street
Cairo
Tel. (20-2) 392 69 19
Fax (20-2) 393 97 32
E-mail: inquiry@meobserver.com
URL: <http://www.meobserver.com.eg>

MALAYSIA

EBIC Malaysia

Suite 45.02, Level 45
Plaza MBf (Letter Box 45)
8 Jalan Yap Kwan Seng
50450 Kuala Lumpur
Tel. (60-3) 21 62 92 98
Fax (60-3) 21 62 61 98
E-mail: ebic@tm.net.my

MÉXICO

Mundi Prensa México, SA de CV

Río Pánuco, 141
Colonia Cuauhtémoc
MX-06500 México, DF
Tel. (52-5) 533 56 58
Fax (52-5) 514 67 99
E-mail: 101545.2361@compuserve.com

SOUTH AFRICA

Eurochamber of Commerce in South Africa

PO Box 781738
2146 Sandton
Tel. (27-11) 884 39 52
Fax (27-11) 883 55 73
E-mail: info@eurochamber.co.za

SOUTH KOREA

**The European Union Chamber of
Commerce in Korea**

5th Fl, The Shilla Hotel
202, Jangchung-dong 2 Ga, Chung-ku
Seoul 100-392
Tel. (82-2) 22 53-5631/4
Fax (82-2) 22 53-5635/6
E-mail: eucck@eucck.org
URL: <http://www.eucck.org>

SRI LANKA

EBIC Sri Lanka

Trans Asia Hotel
115 Sir Chittampalam
A. Gardiner Mawatha
Colombo 2
Tel. (94-1) 074 71 50 78
Fax (94-1) 44 87 79
E-mail: ebicsl@slnet.lk

T'AI-WAN

Tycoon Information Inc

PO Box 81-466
105 Taipei
Tel. (886-2) 87 12 88 86
Fax (886-2) 87 12 47 47
E-mail: euitupe@ms21.hinet.net

UNITED STATES OF AMERICA

Bernan Associates

4611-F Assembly Drive
Lanham MD 20706-4391
Tel. (1-800) 274 44 47 (toll free telephone)
Fax (1-800) 865 34 50 (toll free fax)
E-mail: query@bernan.com
URL: <http://www.bernan.com>

**ANDERE LÄNDER
OTHER COUNTRIES
AUTRES PAYS**

**Bitte wenden Sie sich an ein Büro Ihrer
Wahl/Please contact the sales office of
your choice/Veuillez vous adresser au
bureau de vente de votre choix**

Office for Official Publications of the European
Communities
2, rue Mercier
L-2985 Luxembourg
Tel. (352) 29 29-42455
Fax (352) 29 29-42758
E-mail: info-info-opoce@cec.eu.int
URL: publications.eu.int

Preis in Luxemburg (ohne MwSt.): 7 EUR

ISBN 92-894-4124-0



AMT FÜR AMTLICHE VERÖFFENTLICHUNGEN
DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN

L-2985 Luxembourg

