



Külföldi tapasztalatok az erdészeti ágazati kommunikációhoz

Június elején Bécsben szervezte meg a CEPF (Európai Magán Erdőtulajdonosok Szövetsége) második, kommunikációs szakértői találkozóját. Az osztrák „Land und Forst Betriebe Österreich” házigazda szervezet mellett az angol, cseh, finn, magyar, német, norvég erdőtulajdonosi szervezetek PR tevékenységgel foglalkozó munkatársai és szakértői jelentek meg. A következő munkamegbeszélést ez év novemberében tervezik, közel egy időben a szervezeti közgyűléssel. Az egész napos, jól vezetett munka során a szervezetek helyzetéről az eddigi kommunikációs tevékenységről kaptunk rövid, országokénti összefoglalókat. Ezt követően irányított beszélgetés keretében tapasztalatcserére, az azonos jellegű problémák feltárására és a kölcsönös megoldások keresésére került sor. Úgy gondolom, hogy a CEPF PR munkájának ilyen szervezetsége még hatékonyabbá fogja tenni a tagországok európai szintű és közös elgondolás alapján végrehajtott kommunikációs tevékenységét.

Az egyes országok tevékenységének bemutatója alapján egyértelművé vált, hogy a MEGOSZ szervezet-fejlesztése jó irányba halad és a gyakorlati tevékenységet hasonlóan az itthoni helyzethez, terület szerinti (régió vagy tartomány) munkatársakkal oldották meg. Ez a folyamat két formában jelenik meg; a területi képviseltek bővítésében vagy a konkuráló szerveződések összeolvadásában. A reprezentatív, adminisztrációs irodában átlagosan 3-5 fő, szakképzett specialista foglalkozik a szervezet egy-egy tevékenységi körével. A nagyobb szervezeteknél (Ausztria, Norvégia) a kommunikációs tevékenységet minden esetben szakirányú végzettségű szakember vezeti, esetenként más területekkel együtt.

Szövetségünk jellege és tevékenységének körülményei legjobban az angliai és a csehországi helyzethez hasonlíthatóak. Angliában az állami szektor dotációja mellett a magánszféra megélhetése egyre nehezebb. A szövetségek tagsága erősen eltérő szemléletű és hátterű emberekből áll, az érdekvédelem ezért inkább a zöld civil áramlattal együtt próbál utat találni. A törvényhozás egyeztetés nélkül szabályoz és a működő vagy működtethető regionális programokat ellehetetlenítik a szakképzetlen bürokraták. Csehországban tudatosan, az állami politika része a magán-erdőtulajdonosi szektor kialakítása és működtetése. Ez eleve meghatározza a magántulajdonosok önálló fellépésének határait és önmegjelenítésüket. Az állami erdőgazdálkodást érő negatív kritika esetén ezért nem is tudnak megfelelően elkülönülni attól. Ugyanakkor ilyen, „szimbiózisban” élve a törvényi szabályozásban, a piácszervezésben és a nemzetközi jelenlétben sokkal jobb a lehetőségek, a kapacitások és nagyobb a mozgáster.

Ezek alapján látható, hogy a magyar erdészeti ágazat „példaértékű” helyzetben van. A két nagy csoport gazdasági szempontból erős versenykülönbsége mellett, majdnem homogén csoportot képez a gazdálkodásban, a szabályozó hivatalokban és szervezeteiknél dolgozó emberek körében, főként a személyes kapcsolatok és a közel azonos jellegű tapasztalati háttér miatt. Ez az egyesség akkora előnyt jelenthet számunkra, mint az északi területeken lévő családi erdőtulajdonos családok kapcsolatai a hasonlóan nehéz körülményekkel bíró területeken.

Ennek a lehetőségnek a kiaknázása alapvető fontosságú a közös hazai, ága-

zati kommunikációs célok kitűzésekor és azok megvalósításakor. A MEGOSZ nemzetközi kapcsolatai révén a jó és alkalmazható példák összegyűjtésével készen áll egy ilyen együttműködés megvalósítására.

Sajnos azonban, pénz nélkül nehéz nagy dolgokat véghezvinni. Ez látható a külföldi PR kezdeményezésekben is, melyek többségében fa- és papíripari cégek kezdeményezésére jöttek létre vagy olyan céggel együttműködésben, melynek terméke (pl.: ásványvíz) összefüggésben van az erdők érték-megőrző képességével. Ezek a cégek felismerték a kommunikációs együttműködés marketingnövelő erejét, és hajlandók befektetni a közösen képviselt területbe, nevezetesen az erdők gazdálkodók által történő, pénzben is megtérülő fenntartásába. Így válhat át a kommunikáció-termék marketingbe, ami ezzel együtt a magánszektor és a szakma képviselte értékek sikeres átadásáról, „eladásáról” is szól. Fa-anyag és kapcsolódó marketinget pedig csak olyat találunk, aminek kivitelezését profi, erre szakosodott cégek végzik.

Az európai szervezetek nagy része arra törekszik, hogy egyre jobban szélesítse a versenyképes, de nem fához kötött termékek és szolgáltatások körét és ezzel sok, az emberek számára ismerős területre nyithatnak, hogy új arculat bemutatásával, az egyedi értékek közvetítésével elfogadottá tegyék magukat, miközben bevételhez is jutnak. Így alkalmasokká válnak a piac mélypontjainak áthidalására és eleve irányítani tudják azt, egyben felkeltik az igényt az ágazattal kapcsolatos szolgáltatások és új termékcsoporthoz.

A kommunikációs célkitűzések tehát országok szerint is igen hasonlóak. Ter-

mésztesen alapvetően befolyásolhatják azokat olyan tényezők, mint például az adott ország földrajza, mint mondjuk Norvégia esetében, ahol a technikai fejlettség ellenére internet elérhetőséggel az erdőtulajdonosok csupán 60%-a rendelkezik. A célkitűzések prioritása persze függ az érintett régió gazdasági és szociális berendezkedésétől is. A szakmától talán kevésbé. Miként azt a CEPF korábbi elnöke mondta: „Az erdőnek akkor is lehet valaki jó gazdája, ha nem erdész, de ugyanakkor egy erdész is lehet nagyon rossz gazdája az erdőnek”.

Melyek is ezek az általánosan megfogalmazható kommunikációs célkitűzések? Sorrend állítása nélkül talán az alábbiak:

Állandó médijelenlét megteremtése – interjúk, nyilatkozatok, ünnepi fogadások, cikkek, TV riport.

Ismeret- és információ-közvetítés – a naprakészség megléte a gazdasági versenyben pénzt jelent.

A nemzeti és EU szintű problémák megoldása – több szinten, egy időben történő nyomásgyakorlás.

A fiatal erdőtulajdonosok felkészítése – érthetően fontos foglalkozáspolitikai vonatkozásai vannak.

Konfliktuskezelés a zöld szervezetekkel – együttes álláspont kialakítása és közvetítése

Személyes hálózatépítés és segítségnyújtás – tanácsadói szolgáltatások iránti igény megteremtése.

A tudás értékesítése és piacának megteremtése – a konferenciák szervezésétől az interaktív CD-ig.

Közéleti szereplők, politikusok bevonása – ismert „arcok” keresése és támogatók bevonása.

A gyerekek és fiatalok tudatformálása – ez egész Európa számára egyre fontosabb feladattá válik.

A nyomtatott anyagok és filmek kreatív alkalmazása – mesekönyvtől a versenyfilm spot-ig bezárólag.

Az internet lehető legsokoldalúbb használata – interaktív tartalom szolgáltatása és a képzésbe vonása.

Együttműködés nagy cégekkel, mecenásokkal – közös PR kampányok és termékek, kiadványok.

A fa mint anyag reklámozása, annak forrásától függetlenül – a másodlagos felhasználást támogatva.

Úgy gondolom egy egységes ágazati kommunikációs stratégia kialakításakor a fenti szempontokat mi sem hagyhatjuk figyelmen kívül.

Kapcsolódó linkek:

www.holzgenial.at

www.proholz.at

www.svol.cz

www.skog.no

www.cepf-eu.org/

www.avbuch.at

www.zuschnitt.at

www.landforstbetriebe.at

Pallagi Ferenc

a MEGOSZ munkatársa

A bajor példa

Nem biztos, hogy nekünk kell kitárlani és – egyáltalán nem mellelesleg – kipróbálni új dolgokat, amikor kész és megszívlelendő példákat találunk nem is olyan messze tőlünk. Az erdészeti és a természetvédelmi napi gyakorlat pár lehetőségét szeretnénk a jövőben felvillantani a MEGOSZ Híradóban, néhány régi és új európai uniós tagállam bemutatásával.

Egy rövid bajorországi látogatás kapcsán tájékozódunk az ottani magánerdő helyzetről.

Ezen a téren Németország Bajor Szövetségi Államában is jelentős változások zajlottak le a 2005. júliusi erdőtvörvény (7902-1-L) módosítással és folynak ma is a tervezett erdészeti reformokkal kapcsolatban. A bajor erdőtvörvényről csak annyit, hogy az európai joggyakorlatot követve csak azt írja elő, amit az állam szabályozni akar. Magában a törvényben a magánerdővel kapcsolatosan szinte nincs semmilyen jogi előírás, hisz a magántulajdon használatában és a használat korlátozásához rendkívüli összetársadalmi indokok kellenének, egyébként az állam jogilag nem szabályozhatja.

Néhány adat a közel Magyarországnagyságú Bajor Tartományról. Terület: 70 000 km² ebből az erdőterület igen

jelentős, mintegy 2,5 millió ha. Fő fajok: lucfenyő, erdeifenyő, bükk és tölgy. A bajor erdők hektáronkénti élőfakészlete meghaladja nemcsak a német országos átlagot, de olyan országokét is, mint Ausztria, Csehország, Lengyelország, Franciaország vagy a skandináv államok.

A magánerdő térfoglalása 54 %. Ezen a mintegy 1,5 millió hektáron közel 700 ezer(!) erdőtulajdonos osztozik, vagyis az átlagos birtoknagyság csupán 2 ha körüli.

Nézzük hogyan kezelik tőlünk pár száz kilométerre nyugatra ezt a problémakört. A magánerdőkben a birtoknagyságtól függetlenül nincsen üzemtervezési kötelezettség. Vagyis a magánerdő-tulajdonos dönti el, hogy mi legyen saját erdejével. Egyetlen kötelezettség áll fenn, nevezetesen, hogy az erdőterület művelési ágát nem szabad megváltoztatni, de azt, hogy mikor, milyen fajjal, milyen szaporítóanyaggal, technológiával, mely évszakban, hogyan újítsa fel az erdejét, azt egyszerűen nem írhatja elő senki a tulajdonosnak. Kitermelt lucfenyvese helyén tulipánfával elegyes bálványfa-állományt is létrehozhat, ha éppen kedve tartja (egyébként nem tartja), csak maradjon meg az erdő jelleg. Azt, hogy ez az erdő szakmailag igényes, elegyes, természetközeli erdő legyen, azt az állam nem jogkényszerrel, hanem ingyenes er-

dészeti tanácsadással és pénzügyi támogatással éri el, ami a tulajdonosi közösségek szakmai kontrolljával egészül ki.

Különben a 2005. évi új erdőtvörvény – ami egyértelműen a magánerdő számára hozott további pozitív változásokat – a tervezést eltörölte a közbirtokossági és a kommunális erdőkre vonatkozóan is (ennyit arról a tévhitről, hogy az uniós országokban a teljes üzemtervezés felé kellene haladnunk). A törvény az üzemtervezési kötelezettség megszüntetését – bevallottan – a piaci igényekhez való jobb alkalmazkodás érdekében terjesztette ki ezekre az erdőkre is.

A magánerdőben történő gazdálkodást – amint már említettük – ingyenes szaktanácsadás segíti, amelyet mintegy 300-320 fő állami alkalmazásban lévő ún. Forstberater (erdészeti tanácsadó) lát el kistérségi (járási) szinten. Ezek után szinte természetesnek tűnik, hogy 20 hektárig (házaspár esetében 40 hektárig) az állam ingyenesen végzi el a termőhelyfeltárást. Erre egyébként felhívásokkal és egyéni megkeresésekkel is ösztönzik az erdő birtokosát. Az persze nyilvánvaló, hogy a termőhely adatokat bizalmasan kezelik, csak a tulajdonos kaphatja kézhez, senki számára nem adható ki. A magánerdő-tulajdonosok és az ebből élni kívánó vállalkozók részére különböző képzési, továbbképzési formák működnek, amelyek költségeihez az állam és a magánerdő-tulajdonosi szövetségek is hozzájárulnak. Így a bentlakásos, összetett, bizonyítványt adó