

Erfordernisse zur Sicherung der gesellschaftlichen Akzeptanz für die Jagd

G. SALLABERGER

Das Bild des Jägers in der Öffentlichkeit **NACHHALTIG** zu verbessern und zu sichern, geht ausschließlich über **AKTIVE Kommunikation** und **Bewusstseinsbildung**. Wir JägerInnen haben in der Öffentlichkeit etwas zu sagen. Das betrifft vor allem die Landesjagdverbände. Nicht reagieren, sondern beginnen zu agieren. Anders wird es in Zeiten der Medien- und Informationsgesellschaft nicht möglich sein. „Alles, was wir über die Welt wissen, wissen wir über die Medien.“ (Niklas LUHMANN, deutscher Soziologe)

1. Es ist also **AKTIVE Öffentlichkeitsarbeit intern UND extern** notwendig:
2. Funktionierende Interne Strukturen sind zweifellos die Basis für eine erfolgreiche Kommunikation nach außen. Wir in Wien wollen beispielsweise ein während der Woche durchgängig besetztes Büro erreichen: Wichtig sind uns die umfassende Erreichbarkeit, die rasche und professionelle Betreuung der Mitglieder. Wir wollen in Wien die jagdliche Anlaufstelle sein, nicht nur für unsere Mitglieder, sondern auch für MedienvertreterInnen und für Interessierte.
3. Die Organisation Jagdverband muss Intern funktionieren. Funktionäre müssen aktiv und loyal sein, ansonsten wird auch die externe Kommunikation über kurz oder lang nicht erfolgreich sein. Junge, aktive Leute müssen in den Verbänden gefördert werden. Auch das verstehe ich unter Nachhaltigkeit.
4. Externe Kommunikation ist vor allem die Aufgabe der Landesjagdverbände: Professioneller Umgang mit MedienvertreterInnen ist für Verbände heute ein Muss. Für die Medienarbeit sind JägerInnen, mit Kenntnissen im Kommunikations- und Medienbereich notwendig, die den Umgang mit MedienvertreterInnen kennen und etwas vom Fach verstehen. Entsprechende Fachreferenten (Jagdrecht, Waffenexperte etc.) müssen für MedienvertreterInnen leicht erreichbar sein.
5. Über regelmäßig erscheinende, moderne Medien kommunizieren. In Wien in kürzester Zeit eine jagd-wien.at Zeitung und eine sehr beliebte Homepage (über 4.500 BesucherInnen pro Monat). Wir arbeiten ständig an Verbesserungen.
6. Inhaltlich möglichst aktuell sein, inhaltliche Öffnung auch in Richtung Andersdenkender (Naturschützer, Tierschützer etc.). Mitglieder ermuntern, Informationen zu liefern. Nicht ausschließlich für das Fachpublikum schreiben, sondern auch für jagdlich interessierte Leute, NaturliebhaberInnen Inhalte anbieten. Möglichst breit kommunizieren.
7. Kontakte aufbauen: Hintergrundgespräche mit NGO-VertreterInnen, PolitikerInnen mit MedienvertreterInnen suchen, keine Berührungsängste haben. Standpunkte austauschen und diskutieren. Seriöse JournalistInnen schreiben nur das, was von den Betroffenen freigegeben wird (vor allem jene von Qualitätszeitungen). Kennen sie die Standpunkte und Argumente der Jagd nicht, dann sind sie einseitig informiert und agieren entsprechend. Nimmt man Kontakt mit MedienvertreterInnen auf, dann werden Sie auf einen zurückkommen, wenn es Fragen zu jagdrelevanten Themen gibt. Kontakte pflegen: WissenschaftlerInnen, Bauern, und VertreterInnen aus anderen Branchen, Wirtschaft (Waffenhersteller, Jagdartikelhersteller etc.), Jagdhundevereine etc.. Möglichkeiten der Zusammenarbeit ausloten, deren Inhalte in die eigenen Medien einbinden. Auch wenn die Meinungen konträr sind, so sollen die JägerInnen Offenheit und Dialogbereitschaft kommunizieren.
8. Sich aktiv als Jagdverband in mediale Diskurse einbringen durch Presseaussendungen oder Interviews. Versuchen, das „Standing der Jäger als Experten zu den Themen Naturschutz, Artenschutz, Wild, Wald, Erholungsdruck etc.“ zu festigen.
9. Jagd ist nichts Altes und Verstaubtes. Jagd muss offener, jünger und weiblich werden. Auch Frauen in Funktionspositionen zulassen. JungjägerInnen sollen in Bezug auf Kommunikation ausgebildet werden. Argumentationshilfen für die Jagd bieten, über jagdliche Problempunkte (Erholungsdruck, Sperrgebiete etc.) diskutieren etc.. Die jungen Leute sind die Funktionäre der Zukunft. Für Interessierte Weiterbildungen in unterschiedlichen Bereichen anbieten. Beispiel Waldpädagogik in stadtnahen Gebieten, JägerInnen führen Schulkinder durch den Wald.
10. JägerInnen werden oft als elitäre (reiche) trophäengierige Mörder dargestellt. Hier ist massive Imagearbeit notwendig. JägerInnen haben eine umfassende, weit gefächerte Fachausbildung. Wild gehört reduziert, darüber braucht man nicht diskutieren. Jene, die für Trophäenträgern viel Geld bezahlen, sollen das machen. Ob das zu erledigende Stück nun ein Berufsjäger oder ein zahlender Jagdgast erlegt, macht sachlich keinen Unterschied. Trophäenjagd ist meines Erachtens nach als Hobby zu verstehen, ähnlich wie Kunstliebhaberei. Sie sind bereit, viel Geld für die Besonderheit einer kapitalen Trophäe auszugeben.
11. Jagdunfälle müssen verhindert werden. Jagd-Sicherheit besonders betonen. Jagdunfälle wirken besonders schlimm in der Öffentlichkeit.
12. Naturschutzprojekte unterstützen, die auf Lebensraumvernetzung abzielen. Wenn finanziell nicht möglich, dann

Autor: Landesjägermeister KR Günther SALLABERGER, Wiener Landesjagdverband, Gartengasse 26/1a, A-1050 WIEN, lfv-wien@utanet.at

medial durch eine offizielle Stellungnahme dazu.
Zusammenfassend gesagt: Wir - in Wien - setzen auf Kommunikation. Wir wollen kontinuierlich und qualitativ hochwertig informieren. Wir können und wollen nicht überall dabei sein. Wir wollen nicht auf jedem Kirtag mittanzen, sondern wenige aber dafür inhaltlich intensive Schwerpunkte in einem Jahr setzen. Wir wollen das Service intern und extern verbessern und setzen auf die nächste Generation. Wir sehen darin die Zukunft für die Akzeptanz der Jagd in der Gesellschaft.