

## Wildtiermanagement - Vermittlung des Wissens

Ulrich Wotschikowsky<sup>1\*</sup>

Das Thema stellt einen Zusammenhang her zwischen Wildtiermanagement (WTM) und Wissen. Ich nehme an, dass der Veranstalter mit „Wissen“ das von Ökologie und Verhalten der Wildtiere meint. Ferner suggeriert es, dass das WTM durch mehr Wissen verbessert werden kann. Da ist zunächst festzustellen: Unser gegenwärtiges Wissen von den Wildtieren reicht für ein gutes WTM ohne weiteres aus. Defizite im WTM liegen nicht im Mangel an Wissen, sondern daran, dass wir die Disziplin WTM nicht beherrschen. Wir verstehen zu wenig von WTM.

Was bedeutet Management? Die griffigste Definition, die ich gefunden habe, haben wir unserem Leitbild für das Rotwild in Deutschland zu Grunde gelegt (Deutsche Wildtier Stiftung 2002). Sie heißt: „Management ist die Summe aller Maßnahmen, um ein bestimmtes Ziel zu erreichen.“ Das ist etwas ganz anderes als Wissen. Es ist die Umsetzung von Wissen in Handeln.

*Management: die Summe aller Maßnahmen,  
um ein bestimmtes Ziel zu erreichen*

Wie funktioniert Management? Ich will hier keine Wortklauberei betreiben, nur so viel: Management beruht auf Kommunikation, Kompromissbildung und Konsensfindung. Das hat alles nichts mit Wildtieren zu tun, sondern mit Menschen. Es drückt mit anderen Worten aus, was Aldo Leopold, der Begründer des modernen WTM, vor über 70 Jahren sinngemäß gesagt hat: Schwierig am WTM seien nicht die Tiere, um die es gerade geht, sondern die Menschen, die mit diesen Tieren zu tun haben. Ich werde hier also nicht über Wildtiere sprechen.

*Die drei K im Management: Kommunikation,  
Kompromissbildung, Konsensfindung*

### *Konservative Grundhaltung der Adressaten*

Alles fließt - sagte mal ein alter Grieche, ich glaube es war Herodot; alles verändert sich. Auch zeitgemäßes WTM bedeutet immer wieder Veränderung, bedeutet Anpassung an neue Herausforderungen; denn das Umfeld der Wildtiere ist in ständiger Veränderung begriffen, im weitesten vorstellbaren Sinne. Ich meine damit nicht nur die zunehmende Landschaftsbeanspruchung durch den Menschen oder die Klimaveränderung, sondern auch die Verschiebungen im Gefüge unserer Gesellschaft und den damit einhergehenden Wandel von Werten. Gutes WTM muss flexibel sein, muss sich ständig anpassen, muss neue Wege finden und gehen. Das wiederum stellt die Adressaten - in unserem Fall die Jäger, die Naturschützer, die Land- und Forstwirte, die ver-

schiedenen Verwaltungen - vor erhebliche Probleme. Die liegen weniger im fehlenden Wissen, sondern vor allem in einer für diesen Personenkreis charakteristischen konservativen Grundhaltung. Der konservative Mensch ist gegenüber Veränderungen grundsätzlich misstrauisch. Er will an Bewährtem festhalten - oder an dem, das er dafür hält.

Die Vermittlung von Wissen muss an einer solchen eher abwehrenden Haltung nicht gleich scheitern. Eher scheitert sie schon daran, dass Wissenschaftler einige wichtige Grundregeln der Kommunikation nicht beachten, oder einfach nicht kennen. Zum Beispiel übersehen sie gerne, dass Wissensvermittlung nicht nur über den Kopf geht, sondern auch über den Bauch. Sie verstehen den Menschen viel zu sehr als *homo sapiens*, als den weisen, vom Verstand gesteuerten, rationalen Menschen, und zu wenig als das, was er ebenfalls ist - ein von Emotionen gelenkter Gefühlsmensch und ein Augentier. Man muss sich nur in der Werbebranche umsehen oder in einem politischen Wahlkampf umhören, um zu verstehen, was ich meine.

*Kopf oder Bauch?  
Vernunft oder Gefühle?*

Ich bin kein Medienwissenschaftler. Deshalb werde ich hier nicht wissenschaftliche Erkenntnisse vortragen, sondern persönliche Eindrücke und Erfahrungen, die ich in 40 Jahren „Wissensvermittlung“ in verschiedenen Funktionen gesammelt habe. Meine Bilanz ist ernüchternd, ich komme zu einem eher pessimistischen Fazit. Das lässt sich in drei Sätzen zusammenfassen:

- (1) Unser Wildtiermanagement lässt viele Wünsche offen.
- (2) Die Art der Wissensvermittlung ist dürftig, sowohl von Seiten der Wissenschaftler (den Sendern) als auch von Seiten der Medien (den Vermittlern) - das sind vorrangig die jagdlichen Fachzeitschriften.
- (3) Die Jäger (die Empfänger) sind an unseren Botschaften nur mäßig interessiert.

Zum ersten Punkt nur ein paar Hinweise: Unsere Klagen über ungelöste Probleme etwa beim Rotwildmanagement sind seit Jahrzehnten fast unverändert die gleichen. Bei der Entwicklung der Schwarzwildbestände rennen wir hinterher. Wenn denn zum Gamswild etwas gesagt werden soll: Gams im Wald sind kein Problem der Wissenschaft, sondern eins von ungenügendem Management. Und wie wir zu einem einigermaßen gedeihlichen Nebeneinander von Gams und der drastisch zunehmenden Naturbeanspruchung durch Menschen kommen, ist ebenfalls nur zum kleinen Teil ein wissenschaftliches, zum größten Teil jedoch ein zwischenmenschliches Problem, also eins des WTM.

<sup>1</sup> VAUNA e. V., Ludwig-Lang-Straße 12, D-82487 OBERAMMERGAU

\* Ulrich WOTSCHIKOWSKY, wotschikowsky@t-online.de



### *Die dominierende Rolle der Medien bei der Wissensvermittlung*

Liegt das Hauptproblem also etwa daran, dass wir das vorhandene Wissen nicht richtig an den Mann bringen? Das habe ich mit Punkt 2 und 3 angedeutet: schlechte Wissensvermittlung und fehlendes Interesse. Wie steht's damit? Da kommen wir rasch auf die Rolle der Medien zu sprechen, über die die Wissensvermittlung läuft. Dazu fällt mir ein Beispiel ein.

Der junge norwegische Wildforscher Petter Wabakken stellte Jägern seine Beobachtungen über Wölfe vor, die kurze Zeit vorher wieder im Lande aufgetaucht waren. Er wurde ausgelacht, verspottet, keiner nahm ihn ernst - bis ein dem Publikum gut bekannter älterer Jäger um Gehör bat. „Hört dem Jungen zu - er weiß, wovon er redet!“ sagte der Alte. Die Stimmung schlug sofort um, das Publikum schaltete um von Sendung - Widerspruch, Abwehr - auf Empfang - Zuhören, Nachfragen. Mit einem einzigen kurzen Satz hatte der Alte, ein allseits geachteter Mann im Dorf, einen Stimmungsumschwung bewirkt. Wir lernen daraus, welche Rolle das richtige Medium spielen kann.

Das dominierende Medium zwischen Wildforschern und WT-Managern sind die Jagdzeitschriften. Wie aber steht es mit deren Interesse an einer Wissensvermittlung? Eher mäßig; denn den Verlagen geht es in erster Linie um das Geschäft, und das heißt Auflage, wie bei den Fernsehkanälen um die Quote. Worauf es den Verlagen und damit den Redaktionen ankommt, ist die Leserbindung. Vorrangig bedient werden deshalb Sensationslust, Trophäenkult und Waffenliebhaberei; denn das sind die Dinge, die der Leser in den Zeitschriften sucht - so jedenfalls wird es von Verlagsseite beteuert, wird sogar mit Umfragen und Meinungsanalysen belegt. Wissensvermittlung hebt das Ansehen des Blattes, aber der Geschäftserfolg profitiert in unserer heutigen Welt kaum davon, vielleicht gar nicht.

Immerhin halten die Jagdzeitschriften ein paar Seiten für Wissensvermittlung frei. Aber da stellt sich eine weitere Barriere auf, und das ist die Skepsis einer mehrheitlich konservativen Leserschaft gegenüber Neuem. Wissenschaftliche Artikel enthalten sehr oft neues, ungewohntes - und das sollten sie ja auch; sonst müsste man sich ja fragen, warum da überhaupt geforscht wurde. Aber neues ist einem großen Teil der jagdlichen Leserschaft grundsätzlich suspekt. Jagdmagazine tun sich schwer damit, Neues zu vermitteln. Haben sie die Wahl zwischen (altem) Glauben und (neuem) Wissen, so neigen sie eher zum Glauben. Sie haben Sorgen, ihre Leser zu verprellen.

Lassen Sie mich drei Beispiele vorstellen (und an dieser Stelle gleich betonen, dass es sich um Fälle aus meinem Heimatland Deutschland handelt. Es liegt mir fern, daraus auf die Verhältnisse in Österreich zu schließen):

(1) Im Jahr 2007 steht in einem Editorial des Jagdmagazins JÄGER zu lesen, der Rotwildbestand sei in der Lausitz wegen der Wölfe „um 30%“, der der Rehe „um 80% zurückgegangen.“ Als ich den Chefredakteur mit den offiziell von den Jägern gemeldeten Schalenwildstrecken konfrontierte, die seit Auftreten der Wölfe gleich geblieben sind, stellt dieser fest, es gebe für ihn zwei Wahrheiten: eine wissenschaftliche, und eine journalistische. Die Meinung der Jäger vor Ort zöge er der wissenschaftlichen vor.

(2) Eine telemetrische Feldstudie hat ergeben, dass sich das Rotwild im Lausitzer Wolfsgebiet genauso verhält wie außerhalb desselben. Die Zeitschrift UNSERE JAGD (2012) stellt die wissenschaftlichen Ergebnisse den Meinungen örtlicher Jäger gegenüber und kommt zu dem Schluss, Rotwild habe sein Verhalten geändert, Reviere verlassen, neue besiedelt etc. Die Redaktion stellt Wissen und Glauben gegenüber, was man schon methodisch nicht machen kann und schlägt sich auf die Seite der Gläubigen, nicht der Wissenden.

(3) Als der Wildbiologe Ulf Hohmann die Rolle der Leitbache auf der Grundlage des aktuellen wissenschaftlichen Kenntnisstandes in Frage stellt (Rauschzeitunterdrückung der Frischlingsbächen), befasst sich das Magazin WILD UND HUND (2009) nicht etwa mit der Sache, sondern versucht, den Forscher persönlich zu diskreditieren („bläst zum Halali auf die Leitbächen!“). Auch hier Glauben statt Wissen. Inzwischen hat sich das neue Bild von der Leitbache weit verbreitet und verfestigt, hat sogar Eingang in die SCHWARZWILD-LEITLINIE (2012) den Österreichischen Bundesforsten gefunden.

Die Liste solcher Beispiele ließe sich beliebig fortsetzen. Es werden Vorurteile bestätigt statt Kenntnisse vermittelt, Information verkommt zur Desinformation, die Wahrheit bleibt auf der Strecke. Das klingt sicher hart und unfreundlich in den Ohren der hier anwesenden Jagdjournalisten, aber glauben Sie mir: Ich würde das nicht sagen, wäre ich nicht ein alter und inzwischen ziemlich vergrämter Hase in diesem Geschäft. Mich macht das krank.

### *Zunehmende Politisierung*

Hinzu kommt, dass Jagdzeitschriften zunehmend für parteipolitische Ziele eingespannt werden. Vielleicht leben Sie in Österreich noch im gelobten Land - wir in Deutschland schon lange nicht mehr. Die parteipolitische Orientierung der Jagdpresse lässt sich seit einiger Zeit sehr schön in meinem Heimatland beobachten. Da ist das Bundesjagdgesetz im Zuge einer Wiederbelebung des Föderalismusgedankens weitgehend außer Kraft gesetzt und sind die Zuständigkeiten an die Landesregierungen verlagert worden. Nun gehen diese daran, ihre Landesjagdgesetze der neuen Situation anzupassen, also zu novellieren. Eins der ersten Länder war Rheinland-Pfalz - und was da passierte, war ein Tribunal sondergleichen. Die Jagd schien vor dem Ende. Rheinland-Pfalz steht, nebenbei bemerkt, an der Spitze der Länder mit exorbitant überhöhten Rotwild- und Schwarzwildbeständen und den damit einhergehenden Problemen. Das wird auch von vielen Jägern ohne weiteres eingeräumt. Ich habe in den Neuerungen des Landesjagdgesetzes eine ganze Menge von fortschrittlichen Punkten entdeckt. Eine gründliche fachliche Diskussion hat in der Jagdpresse aber gar nicht stattgefunden. Das Urteil stand schon vorher fest. Man muss den Eindruck haben, eine rotgrüne Regierung kann gar kein brauchbares Jagdgesetz machen. Rheinland-Pfalz war zu dieser Zeit das einzige rotgrün regierte Bundesland.

### *Wildtiere sind sexy*

„Aber das ist es doch, was die Leser wollen!“ höre ich immer wieder, wenn ich mit Redakteuren von Jagdzeitungen über solche Dinge diskutiere. Ist das so? Ich glaube das nicht

(Ja gell - da habe ich mich nun in meiner eigenen Kritik gefangen: Glauben statt Wissen). Ich weiß sehr wohl von Umfragen, die die Wünsche von Lesern untersucht haben: Wildökologisches und ähnliches rangiert dabei nicht auf den vorderen Plätzen. Trotzdem glaube ich unverdrossen daran, dass Jäger - und alle die mit Natur zu tun haben - nicht nur an wilden Tieren *per se*, sondern auch an einem vernünftigen Umgang, also an WTM interessiert sind. Und damit komme ich endlich auch zum Positiven.

Ich schöpfe meinen Optimismus aus unzähligen Gesprächen, Begegnungen und Erlebnissen, die ich mit Menschen der unterschiedlichsten Orientierung erlebt habe. Wann immer ich über Wildtiere oder über WTM erzähle, es fehlt mir nie an interessierten Zuhörern. Wenn man mir nachsagt, dass ich gut erzählen kann, dann tut das gewiss meiner Eitelkeit gut, aber das ist nicht der Grund, warum mir die Leute mit offenem Mund und roten Ohren zuhören. Da verschwimmt auch die Grenze zwischen bloßem Wissen und den Problemen des WTM - beides ist spannend, beides interessiert die Leute, egal ob es um Hirsche oder Wölfe geht, oder um Niederwild oder Gamswild. Wildtiere und alles, was damit zusammenhängt, sind sexy Themen. Das lasse ich mir von keiner Meinungsumfrage oder Leseranalyse ausreden.

Allerdings: Nicht nur der Inhalt macht's, sondern auch die Verpackung. Nicht jeder gute Wissenschaftler oder Wildtiermanager ist auch ein guter Schreiber. Da wünsche ich mir manchmal einen energischen Redakteur, der trockene Schreibe in lebendige, lesbare Sprache verwandelt. Wissenschaftler scheuen freilich einen Eingriff in ihre Texte wie der Teufel das Weihwasser. Wenn sie sich schon dazu überreden lassen zu kürzen, dann tun sie das lieber selbst. Oft genug wird daraus nur eine Verschlimmbesserung. Ich weiß, wovon ich rede, ich habe mich jahrelang mit Autoren rumgeschlagen. Für manche ist die Bitte um Kürzung schon deshalb eine Zumutung, weil sie sich selber für so wichtig halten. Aus eigener Erfahrung kann ich nur sagen: Jeder Artikel lässt sich kürzen, und zwar gewaltig. Und viele, ja die meisten gewinnen dadurch an Qualität und Überzeugungskraft. Es ist was dran an dem Spruch: In der Kürze liegt die Würze.

Wissenschaftler mögen es auch nicht, wenn man ihre Aussagen zuspitzt. Man muss ihre Sorge schon verstehen, denn Wortspiele kommen in ihren Kreisen nicht gut an. Sie gewöhnen sich auch im täglichen Leben oft die trockene Sprache an, die in wissenschaftlichen Journalen verlangt wird. Aber beim WTM besteht der Leserkreis nicht aus Wissenschaftlern, sondern aus Praktikern. Wenn wir bei denen Gehör finden wollen, müssen wir deren Sprache sprechen. Einige Jagdzeitschriften Österreichs geben den Wildbiologen und Wildmanagern erfreulich viel Raum. Da können die sich ausbreiten. Aber was machen die Autoren - manche jedenfalls - aus diesem Angebot? Eine Bleiwüste. Das ist allerdings auch Schuld der Redaktionen, die den Autoren da zu wenig zur Hand gehen mit gutem Bildmaterial, pfiffigem Layout, aufgepeppten Grafiken, frechen Zwischentiteln, richtigen Hinguckern. Eine attraktive Verpackung ist das, was ich von einem Redakteur erwarte. Der Mensch ist ein Augentier.

## Der Mensch ist ein Augentier

Sinngemäß gilt all das nicht nur für Printmedien, sondern auch für Vorträge. Ein Vortrag kann viel Wissen auf attraktive Weise vermitteln, aber er kann auch sehr verärgern. Über inhaltliche Mängel will ich hier nicht reden, es geht ja hier mehr um Technik und Methoden der Wissensvermittlung - also: Ich ärgere mich über Referenten, die ihre Redezeit nicht einhalten - das ist schlechte Vorbereitung. Ich ärgere mich über Präsentationen mit unlesbar kleinen Schriften, überladenen Texten, schrillen Farben oder schlechter Bildauswahl. Ich wünsche mir bei Vorträgen wie bei Artikeln eine klare Gliederung und eine überzeugende Botschaft am Ende. Ich kann jedem, der öfter Vorträge halten will, einen Kurs in Vortragstechnik nur dringend empfehlen. Das Geld ist gut investiert.

Einen guten Artikel schreiben, einen spannenden Vortrag ausarbeiten, Bilder und Grafiken beschaffen oder gar erst machen, mit anderen Worten: einen Wissensstoff zur Vermittlung aufbereiten und auch noch attraktiv verpacken - das ist eine Menge Arbeit. Das kostet viel Zeit. Das kann auch nicht jeder. Wer es macht, wird dafür nur schlecht bezahlt. Das wissen die wenigsten. Es gibt tatsächlich Leute, die meinen, mit Schreiben könne man Geld verdienen. Die Wirklichkeit sieht anders aus. Das Honorar für diesen meinen Auftritt plus die geschriebene Fassung liegt gerade mal knapp über dem Mindestlohn, den meine Regierung Ende vorigen Jahres für ungelernete Arbeitskräfte vereinbart hat. Also bei acht Euro fünfzig pro Stunde.

Vielleicht ist mein Auftritt auch einfach nicht mehr wert. Oder aber ich werde berühmt damit.

Welche Botschaft habe also ich am Ende meines Vortrags? Wo bleibt das Positive? Was kann man vielleicht mitnehmen?

### Drei Punkte

- (1) Wildtiermanagement ist eine spannende, interessante Materie, die Rede vom fehlenden Interesse der Leser und Zuhörer ein Märchen.
- (2) Jagdliche Fachzeitschriften und Jagdmagazine sollten dem Thema mehr kreative Aufmerksamkeit widmen und mehr Phantasie entwickeln.
- (3) Die Autoren sollten mehr Sorgfalt, Zeit und Mühe in Schreiben und Vortragen investieren.

Denn ihre Botschaften sind wichtig!

### Literatur

- Wotschikowsky, U., Simon, O., Elmauer, K., Herzog S., 2010: Leitbild Rotwild - Wege für ein fortschrittliches Management. Deutsche Wildtier Stiftung (Hrsg.). ISBN 3-936802-10-6.
- Rosen, B., 2007: Jäger 2007, Editorial. Jahr Verlag Hamburg.
- Betz, K.-H., 2009: Wild und Hund Nr.10/2009, Editorial. Paul Parey.
- Schneider, R., 2012: Ungleicher Kampf. Unsere Jagd Dezember 2012. DLV Verlag.
- Schwarzwild-Leitlinie, 2012: Österreichische Bundesforste.