

PR in der Jagd

Welche Strategien verfolgen die einzelnen Landesjagdverbände bei der Öffentlichkeitsarbeit und wie setzen sie diese um? Dies wurde im Rahmen einer Diplomarbeit am Institut für Wildbiologie und Jagdwirtschaft der Universität für Bodenkultur Wien (Boku) untersucht.

Anhand eines Leitfadens wurden persönliche Interviews mit Landesjägermeistern und Geschäftsführern der neun Landesjagdverbände sowie der Zentralstelle Österreichischer Landesjagdverbände geführt. Neben der Expertenbefragung erfolgte ein Studium der vorhandenen wald- und erlebnispädagogischen Literatur einschließlich der Überprüfung der Anwendbarkeit der beschriebenen Lehrmethoden für jagdpädagogische Zwecke anhand eigener waldpädagogischer Erfahrungen und jener von ausgewählten Wald- und Jagdpädagogen.

Jagdliche PR: 5 % des Budgets

Aus der Untersuchung geht klar hervor, dass sowohl Öffentlichkeitsarbeit (PR) als auch Jagdpädagogik für die österreichische Jägerschaft eine bedeutende Rolle spielen. Für die jagdliche PR wendet mehr als die Hälfte der Verbände über 5 % ihres Jahresbudgets auf. Das Maßnahmenspektrum im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit ist sehr vielfältig und reicht von einmalig bis regelmäßig erscheinenden Druckmedien über Veranstaltungen verschiedenster Ausprägung bis hin zu aufwendigen Filmprojekten. Die Ziele, die in der PR verfolgt werden, sind in erster Linie Information und Aufklärung, wobei Jäger und Nichtjäger gleichermaßen angesprochen sind.

Chance Gesundheit und Ernährung

Zur Frage „Worin sehen Sie Gefahren und Chancen für die Jägerschaft Ihres Bundeslandes?“ entfallen allein auf die Kategorie „Ernährung und Ge-

sundheit“ 14 % der getätigten Aussagen. Hier sind die Beiträge zur Nahrungsmittelversorgung und zur Vermeidung und Bekämpfung von Seuchen mittels angepasster Wilddichten subsumiert.

Die Einstellungen und das Verhalten der Jäger werden ambivalent bewertet (Abb.). Zu den Gefahren werden unter anderem gesellschaftlich unsensible Jäger sowie übermäßiger Trophäenkult gezählt.

Konzepte der Waldpädagogik übertragen

Jagd beinhaltet das Erlegen von Wildtieren. Als Jagdpädagoge ist es notwendig und sinnvoll, das Töten zu thematisieren und auf eine altersgerechte Vermittlung von Inhalten zu achten.

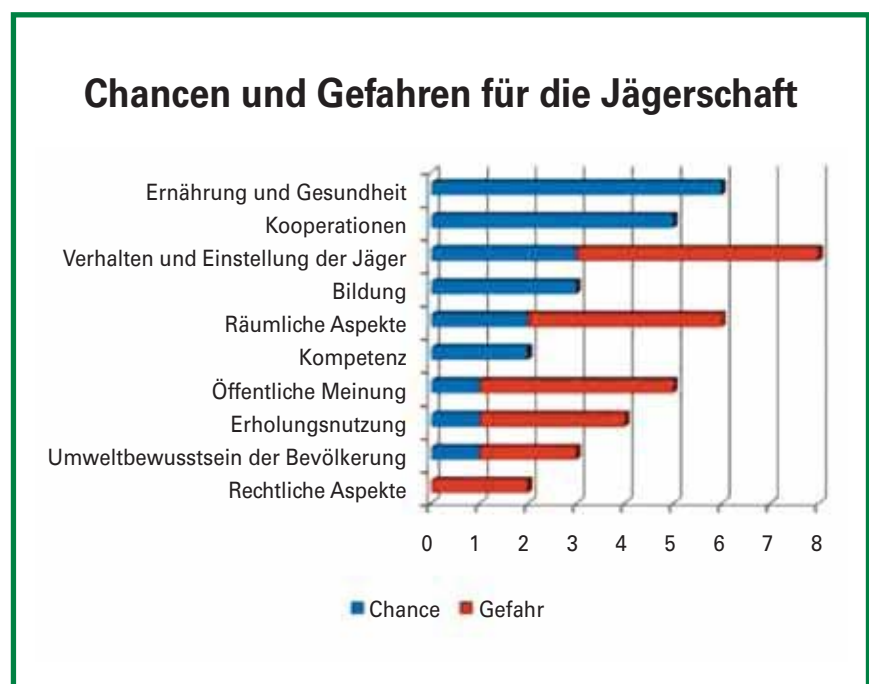
Kinder als wichtigste Zielgruppe

Die jagdliche Praxis lässt Informations- und Aufklärungsdefizite in der Bevölkerung erkennen. Zudem wird Wildbret nach wie vor nicht der Stellenwert eingeräumt, der ihm eigentlich

zusteht. Mit Hilfe von Öffentlichkeitsarbeit ist die Jägerschaft bestrebt, hier Abhilfe zu schaffen. Die Aktivitäten im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit können durch Jagdpädagogik sinnvoll ergänzt werden. Sie bietet die Möglichkeit, vor allem Kinder als wichtige Zielgruppe anzusprechen und sie für die Natur an sich und in weiterer Folge für die Jagd zu sensibilisieren. Sie sind zukünftige Entscheidungsträger und haben vielfach keinen direkten Bezug mehr zur Natur. Hier gilt es gegenzusteuern und ein Bewusstsein für die Umwelt und im Besonderen für die nachhaltige, schonende Nutzung natürlicher Ressourcen zu schaffen.

Erwachsene sind ein kritisches Publikum und deshalb schwieriger zu erreichen. Wildbret als „Hauptprodukt“ der Jagd erfüllt hier eine Schlüssel-funktion.

Erste Ansätze einer Institutionalisierung von Jagdpädagogik sind vorhanden, wobei die Planung und Umsetzung der Aktivitäten großteils in den Händen der Jäger vor Ort liegt.



Text & Grafik: DI Michael J. Schachel