



# Wer ist der Herr im virtuellen Revier?

Text: DI Thomas Buchhäusl

Die Jagdverbände (Landesjägerschaften, Zentralstelle in Wien etc.) sind in mehr oder weniger regelmäßigem Kontakt mit den relevanten Tageszeitungen und es findet eine laufende Beobachtung der dortigen Berichterstattung statt. Allerdings übersehen die offiziellen jagdlichen Organisationen schon seit Jahren, dass es außer einer „realen“ Öffentlichkeit auch eine sogenannte „virtuelle“ Öffentlichkeit gibt. – 81 % der Österreicher nutzen das Internet (Köstinger, 2014) und 3,4 Mio. verwenden die Social Media Plattform „Facebook“ (Digital Affairs, 2014). Social Media, Web-Blogs, etc. bilden unter anderem das sogenannte „Web 2.0“. Das Kennzeichen dieser Erweiterung des klassischen Internets ist, dass hier der Einzelne nicht nur Konsument, sondern auch selbst aktiver Produzent und Verteiler von Information und Inhalten ist. Und genau diese Möglichkeit nutzen jene, die es mit Jagd und Jägern nicht so gut meinen, deutlich besser als wir. Ein Blick auf die Online-Mitgliederzahlen zeigt deutlich, dass Jagd-Kritiker und Jagd-Gegner auf Facebook deutlich präsenter als die offiziellen Jagd-Organisationen sind:

- „VGT“ (Verein gegen Tierfabriken) organisiert jährlich die Anti-Jagd Demo anlässlich des Jägerballes in Wien und hat 17.582 Mitglieder auf Facebook (Stand: 10. Nov. 2014, 21.53 Uhr)
- „Vier Pfoten“ fordert unter anderem Psychotests für Jäger und hat 173.335 Mitglieder auf Facebook (Stand: 10. Nov. 2014, 21.54 Uhr) und das nur in Österreich!
- „Upmove“ ist eine Mountainbiker-Organisation, die sich für die Öffnung aller Forststraßen einsetzt und Gerichtsverfahren gegen Jäger unterstützt, hat 9.168 Mitglieder auf Facebook. (Stand: 10. Nov. 2014, 22.09 Uhr)
- FACE als europäischer Dachverband der nationalen Jagdverbände hat 1.401 Mitglieder auf Facebook (Stand: 10. Nov. 2014, 21.56 Uhr) und das auch noch europaweit!

- Die Zentralstelle Österreichischer Landesjagdverbände existiert auf Facebook nicht, und das obwohl auf der Website (Anm.: Die bereits deutlich überaltert ist) zu lesen ist, dass die Zentralstelle die Medien betreut und die Öffentlichkeitsarbeit koordiniert (LJV, 2014).
  - Auch die Kärntner Jägerschaft, die wohl als einer der fortschrittlichsten Landesjagdverbände in Österreich gilt, suchen wir auf Facebook vergeblich.
- Das „virtuelle Revier“ haben wir also bis dato weitestgehend unseren Kritikern und Gegnern überlassen. Dies unterstreicht auch Prof Dr Werner Beutelmeyer (market-Institut, Linz), wenn er in seiner Umfrage „Was kann der Jäger?“ feststellt, dass eine der großen Herausforderungen für die

Jagd u. a. die Verbesserung der Dialogfähigkeit mit der Öffentlichkeit ist (Beutelmeyer, 2014). Diese Öffentlichkeit ist mittlerweile im Internet und auf Social Media Plattformen aktiv, verbreitet dort Inhalte und trägt zur Meinungsbildung bei. Das ist Alltag. (Anm: Für unsere Versäumnisse bei der virtuellen Öffentlichkeitsarbeit gibt es wohl keine nachvollziehbare Rechtfertigung, da abgesehen von der breiten Verwendung der Online-Medien auch die Geschichte eine klare Sprache spricht: Das Internet (World Wide Web) gibt es bereits seit 1989 (Wikipedia, 2014), seine interaktive Erweiterung („Web 2.0“, „Social Web“) bereits seit 2003 (Wikipedia, 2014) und die Plattform Facebook existiert schon seit zehn Jahren. (Wikipedia, 2014))

## Im virtuellen Revier sind wir nicht alleine



„Professionelle Öffentlichkeitsarbeit findet in der Jagd nicht statt ...“ (Krempeler, 2014)

„Wie wollen wir Jäger bei der Nutzung des Internets als Kommunikationsplattform und als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit zu den großen Naturschutzverbänden aufschließen, wenn große Teile der Jägerschaft den Sinn von Öffentlichkeitsarbeit im Internet scheinbar gar nicht erkennen?“

Fügner, 2014

Eine zusätzliche Verschärfung unserer Lage zeigt eine weitere Diagnose des geschätzten Dr Beutelmeyer. „Naturverbände sind auf dem Vormarsch, und die Jagd befindet sich auf dem Rückzug. Der Jagd ist es nicht gelungen, ihre Naturkompetenz zu vermitteln. Mit anderen Worten: Wenn es um unsere Natur geht, verlässt sich der urbane Moderne nicht auf die Aussagen der Jagd, sondern vertraut eher dem Naturschutz. [...] Und die Jagd beschäftigt sich mit sich selbst. Macht rote und grüne Punkte auf Trophäen und beschwert sich über neue Beutegreifer wie Luchs, Wolf und Bär. Häufig wird die Tradition beschwört. [...] Tradition schützt vor Veränderung nicht.“ (Beutelmeyer, Weckruf an die Jäger, 2014)

Zusammengefasst heißt das:

- Wir haben keine Ahnung, was die nicht-jagende Bevölkerung im „Social Web“ über uns denkt und verbreitet, da wir von offizieller Seite dort nicht existiert sind.
- Die Möglichkeiten zur Verbreitung von sachlicher, interessanter und pro-jagdlicher Information auf Social Media-Plattformen bleibt von uns völlig ungenutzt. Z. B.: Ist es der Öffentlichkeit unbekannt, dass wir eine bundesweit gültige Unfallverhütungsvorschrift (UVV) haben, die Jagen unter Alkoholeinfluss strengstens untersagt.
- Wir werden nicht als erster Ansprechpartner in Sachen Natur und Wildtier wahrgenommen.

Diese Tatsachen, gepaart mit den jüngsten Jagdunfällen und der damit zusammenhängenden Berichterstattung in Print- und Online-Medien, machen deutlich, dass die offiziellen Jagdverbände endlich entsprechend aktiv werden müssen. Es ist bereits genug Zeit vergangen, und ein weiteres tatenloses Jahr, ohne „Online Reputationsmanagement“, können wir uns nicht leisten.

Es hat dazu bereits Ende Oktober ein Gespräch mit LIM Dr Ferdinand Gorton, LIM-Stv. Josef Monz und der sehr umtriebigen GF Mag Freydis Burgstaller-Gradenegger gegeben. Alle drei sind sich der Bedeutung dieser Sache bewusst und sind gerade dabei, dieses Thema mit den übrigen Landesjagdverbänden zu besprechen.

- Eine professionelle Online-PR-Arbeit im Sinne von Jagd und Jägern muss also folgende Ziele haben:
- Das Einfangen von Stimmungen der nicht-jagenden Bevölkerung und das Erkennen von Irrtümern und Falschinformationen. Ableiten von Verbesserungspotentialen!
  - Das aktive Verbreiten von Inhalten die ein positives jagdliches Bild liefern und das Bereitstellen von sachlicher Information. Agieren statt reagieren!
  - Das Etablieren der Jagd als modernes Wissenszentrum in Sachen Naturkompetenz. Anwälte



Beobachten & Hören

Erkennen & Verstehen

Intelligentes Handeln

Erfolg im virtuellen Revier und realer Jagderfolg stellen dieselben Anforderungen

für Wildtiere und Naturraum! (Das ist besonders für das Selbstverständnis der Jagdschutzorgane wichtig.)

- Das Unterstützen der klassischen Öffentlichkeits- und Medienarbeit. Ergänzen, ggf. korrigieren und verstärken von Botschaften!

Die Jagd hat eine Fülle an interessanten Themen zu bieten, die einerseits unser Fachwissen und unsere Kompetenz unterstreichen und andererseits nützliche Informationen für die nicht-jagende Bevölkerung darstellen. Über Social Media Kanäle

besteht die Möglichkeit, diese Themen aktiv und gezielt vorzugeben, und somit wieder die Themenführerschaft zu erlangen. Unsere Bemühungen im virtuellen Revier sind allerdings nur dann von Erfolg gekrönt, wenn wir uns auch im realen Revier entsprechend verhalten.

Der Autor: Thomas Buchhäusl ist beidetes Jagdschutzorgan in einem EJ-Revier im Gurktal und konzentriert sich privat und beruflich auf die Themen Forst, Holz und Jagd.

### Quellen:

- Beutelmeyer, W. (2014). market Aktuell. Abgerufen am 10. Nov 2014 von market Trends-Magazin: [http://www.market.at/de/market-aktuell/news/entity.detail/action.view/key.1053.html?redx\\_search\\_words=jagd](http://www.market.at/de/market-aktuell/news/entity.detail/action.view/key.1053.html?redx_search_words=jagd)
- Beutelmeyer, W. (Nov 2014). Weckruf an die Jäger. Der Anblick, S. 48-49.
- Digital Affairs. (2014). Social Media Radar Austria. Abgerufen am 28. Okt 2014 von <http://www.socialmediaradar.at/>
- Fügner, S. (29. Juli 2014). Jagdblog - Das etwas andere Jagdtagebuch. Abgerufen am 10. Nov 2014 von <http://jagdblog.blogspot.de/2014/07/netzwerken-ist-keine-einbahnstae.html>
- Köstinger, P. (15. Juli 2014). Digitalschmankerl. Abgerufen am 28. Okt 2014 von <http://www.digitalschmankerl.at/social-media-nutzer-oesterreich-deutschland-usa/>
- Krempeler, A. (22. Juli 2014). Jagd und Natur.tv. Abgerufen am 12. Okt 2014 von <http://www.jagdundnatur.tv/episode/jagdtalk10>
- LJV. (2014). Zentralstelle Österreichischer Jagdverbände. Abgerufen am 10. Nov 2014 von <http://www.ljv.at/start.html>
- Wikipedia. (4. Nov 2014). Facebook. Abgerufen am 11. Nov 2014 von <http://de.wikipedia.org/wiki/Facebook>
- Wikipedia. (16. Okt 2014). Web 2.0. Abgerufen am 11. Nov 2014 von [http://de.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://de.wikipedia.org/wiki/Web_2.0)
- Wikipedia. (28. Okt 2014). World Wide Web. Abgerufen am 11. Nov 2014 von [http://de.wikipedia.org/wiki/World\\_Wide\\_Web](http://de.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web)

[www.jerolitsch.at](http://www.jerolitsch.at)

FAMILIE SCHÖNFELDER · A-9201 Krumpendorf/Wörthersee  
 Jerolitschstraße 43 · Tel. 04229/2379 · Fax 04229/2379-35  
 Mobil 0664/1255379 · E-Mail [hotel.jerolitsch@aon.at](mailto:hotel.jerolitsch@aon.at)