

Deutscher Wildschutz Verband e.V.



**Konzept
für die Öffentlichkeitsarbeit
zur Förderung des Ansehens der Jagd
in der Bevölkerung**

Verfasserin: Helma Kustermann

**Facharbeit im Rahmen der Ausbildung zur Wildschutzmeisterin
© Alle Rechte sind dem Deutschen Wildschutz Verband e.V vorbehalten.**

Inhaltsverzeichnis	Seite
1. Aufgabenstellung	3
2. Definition	3
3. Akteur/e der Öffentlichkeitsarbeit	3 - 9
3.1 Einzelpersonen	3 - 6
Beispiel: Jägerinnen / Jäger	
3.2 Kreisjagdverbände	7
Beispiel: Kreisjagdverband Oberallgäu e.V.	
3.3 Landesverbände	8
Beispiel: Bayerischer Jagdverband e.V.	
3.4 Bundesverband	9
Beispiel: Deutscher Wildschutz Verband e.V.	
http://www.d-w-v.de	
4. Allgemeine Ausführungen zu „Öffentlichkeit / Öffentlichkeitsarbeit“	10 - 13

1. Aufgabenstellung

Ziel dieser Facharbeit ist es, Möglichkeiten mit Argumenten Pro Jagd für Öffentlichkeitsarbeit zur Förderung des Ansehens der Jagd in der Bevölkerung zu erörtern.

2. Definition

Öffentlichkeit ist der allen zugängliche Raum; die einzelne Meinungsäußerung, welche im Raum der Öffentlichkeit geäußert wird, ist öffentlich; Öffentlichkeit ist einem Raum vergleichbar, welcher durch kommunikative Aktivitäten der Beteiligten strukturiert und ausgefüllt wird.

Öffentlichkeit entsteht durch Kommunikation.

Präsenz im Raum der Öffentlichkeit ist abhängig von der Aktivität der Beteiligten.

Das Wort „arbeit“ in Öffentlichkeitsarbeit signalisiert, dass es Arbeit macht, mit der Öffentlichkeit ins Gespräch zu kommen und/oder im Gespräch zu bleiben.

3. Akteur/e der Öffentlichkeitsarbeit

3.1 Einzelpersonen

Jägerinnen und Jäger haben im täglichen Leben, sei es innerhalb der Familie, sei es innerhalb des Freundes-Bekanntenkreises, sei es im Jagdrevier, sei es in Kindergärten, Schulen, Vereinen, auf Veranstaltungen vielfältige Möglichkeiten, Öffentlichkeitsarbeit zu leisten.

Jägerinnen und Jäger sollten stets das Aufeinandertreffen unterschiedlicher Meinungspositionen bedenken, beachten und respektieren.

Jägerinnen und Jäger sollten stets in persönlichen Gesprächen, dem Niveau der Gesprächspartner/Innen angepasst, ehrlich, offen über die Jagd informieren und aufklären, denn nur wer wahrheitsgemäß informiert und aufgeklärt ist kann sich ein Urteil bilden, kann entscheiden.

Zur wahrheitsgemäßen Information und Aufklärung in persönlichen Gesprächen über die Jagd gehören folgende Hinweise / Argumente PRO Jagd:

- Wir leben in keiner intakten Natur, wir leben in einer Kulturlandschaft.

- Jägerinnen und Jäger übernehmen durch aktives Handeln Verantwortung für Wild und Wald. Jagd ist ein in Jahrhunderten gewachsenes Kulturgut, welches fest in den Menschen verwurzelt ist.

- Die Jagd dient heute auch der Erhaltung einer ausgewogenen und artenreichen Vielfalt in der gesamten Tier- und Pflanzenwelt.
Die Jagd erfüllt nach dem Prinzip der Nachhaltigkeit auch einen gesetzlichen Auftrag als Bestandteil unverzichtbarer land- und forstwirtschaftlicher Bodennutzung.

Durch das gemeinsame Handeln der Jägerinnen und Jäger tragen wir dazu bei, unseren Kindern und Enkelkindern eine möglichst intakte und schützenswerte Heimat zu hinterlassen.

- Basis der Jagd sind das Wissen, das handwerkliche Können und die Passion einzelner Jägerinnen und Jäger.

- Jägerinnen und Jäger bejagen nur diejenigen unserer heimischen Wildarten, deren Bestandsgröße eine nachhaltige Nutzung erlaubt und deren Bejagung aus Natur – und Artenschutzgründen erforderlich ist.
- Jägerinnen und Jäger stellen durch ihr aktives Handeln ein ausgewogenes Verhältnis zwischen WILD u n d WALD her.
- Jägerinnen und Jäger befürworten selbstverständlich eine natürliche Verjüngung des Waldes, welcher möglichst ohne zeit- und kostenintensive Schutzmaßnahmen wachsen können muß. Durch regelmäßige Vegetationsgutachten des Amtes für Landwirtschaft und Forsten wird das Ergebnis der Bemühungen der Jägerinnen und Jäger dokumentiert, was man als „ständige Kontrolle des jagdlichen Handelns durch den Staat“ bezeichnen und darstellen darf.
- Jägerinnen und Jäger leisten mit der intensiven und sehr zeitaufwändigen Bejagung des Schalenwildes einen wichtigen und in jeder Hinsicht unverzichtbaren Beitrag zur Schaffung und dauerhaften Sicherung standortgerechter Wälder.
- Jägerinnen und Jäger übernehmen Mitverantwortung auch für nicht jagdbare Tierarten und deren Lebensräume.
Durch umfangreiche Hegemaßnahmen und intensive Bejagung des Raubwildes wie Fuchs (wegen Fuchsbandwurm sowie Tollwut muss der Fuchs zum Wohle von Tier und Mensch reduziert werden) und andere, durch Ausübung des Jagdschutzes und aktives Engagement im Naturschutz tragen die Jägerinnen und Jäger dazu bei, einen angepassten und artenreichen Tierbestand zu erhalten.

- Jägerinnen und Jäger sind für Jedermann einschließlich der Presse, sei es Printmedien, Hörfunk und/oder TV, einschließlich Behörden, Gerichte und andere Institutionen kompetente Partner in Sachen Natur, Wild und Jagd.
- Jägerinnen und Jäger jagen grundsätzlich nach anerkannten wildbiologischen Grundsätzen.
- Jägerinnen und Jäger beachten beim notwendigen Töten von Wild strikt den Tierschutz, was bedeutet, dass **k e i n e m** Tier Leiden zugefügt wird, dass jedes zu tötende Tier schmerzfrei, schnell, präzise getötet wird.
- Wildbret ist ein gesundes, wertvolles, schmackhaftes Lebens-Nahrungsmittel; Jägerinnen und Jäger beachten absolut sicher die strengen hygienischen Vorschriften.
- Jägerinnen und Jäger erhalten ihre handwerklichen Fähigkeiten sowie ihre Schießfertigkeit durch ständige Weiterbildung und ständiges Training. Für Jägerinnen und Jäger ist es selbstverständlich, sich aktiv über Verbesserungsmöglichkeiten und Neuerungen, das Fachgebiet Jagd betreffend, zu informieren.
- Jägerinnen und Jäger prüfen ständig ihr überliefertes Wissen und sind offen für neue Erkenntnisse.
- Jägerinnen und Jäger erfüllen Staatsaufgaben, Staatsbürgerpflichten, denn die Abschusspläne werden vom Staat erstellt, nicht von der Jägerschaft.

3.2 Kreisjagdverbände

In Deutschland gibt es zahlreiche Kreisjagdverbände – auf die zahlreichen Kreisverbände einzugehen würde den Rahmen dieser Facharbeit sprengen -, weshalb hier der Kreisjagdverband Oberallgäu e.V. – erwähnt / herausgestellt wird. Dass ein Kreisjagdverband andere Möglichkeiten der Öffentlichkeitsarbeit hat und auch nutzt als einzelne Jägerinnen und Jäger leuchtet jedem ein. Im Gegensatz zum Einzelnen bieten sich einem Kreisjagdverband folgende Möglichkeiten für Öffentlichkeitsarbeit an:

- Der Kreisjagdverband Oberallgäu hat einen Pressesprecher bestellt, welcher primär für Pressearbeit zuständig ist, sodass der Verband – hier mit zur Zeit 260 Mitgliedern - mit e i n e r Stimme redet.
- Der Kreisjagdverband Oberallgäu bietet allen interessierten Menschen für jeden zugänglich mit seinem Internetauftritt umfangreiche Informationen an; somit nutzt der Kreisjagdverband Oberallgäu auch das Internet für seine Öffentlichkeitsarbeit.
- Der Kreisjagdverband beteiligt sich mit der Präsenz seiner Mitglieder an zahlreichen Veranstaltungen, was viel „Arbeit“ macht...
- Der Kreisjagdverband Oberallgäu führt zweimal jährlich die von der Unteren Jagdbehörde (also vom Staat !) geforderte Hegeschau durch, bei der die Trophäen der erlegten Wildarten präsentiert, bewertet und im Zusammenhang mit der Zielsetzung des Jagdverbandes sachgerecht kommentiert werden. Diese Hegeschauen werden von vielen interessierten Bürgern/Innen sehr gerne angenommen und besucht.

3.3 Landesverbände

Was für die Kreisjagdverbände gilt trifft teilweise auch für die Landesverbände zu; in Deutschland gibt es in jedem Bundesland einen Landesjagdverband – auf sämtliche Landesjagdverbände einzugehen würde auch hier den Rahmen dieser Facharbeit sprengen-, weshalb hier der *Bayerische* Jagdverband welcher die Interessen der *bayerischen* Jägerinnen und Jäger vertritt, erwähnt / herausgestellt wird.

Die Landesjagdverbände haben wiederum gegenüber den Kreisverbänden teilweise gleiche, ähnliche aber auch erweiterte Möglichkeiten der Öffentlichkeitsarbeit, welche teilweise hier angesprochen werden:

- Der Landesjagdverband Bayern hat entsprechend seiner Größe mehrere Pressesprecher, welche in Verbands- und jagdlichen Angelegenheiten Ansprechpartner der Presse sind.
- Der Landesjagdverband Bayern ist Herausgeber einer eigenen Printzeitung, welche nicht nur für Mitglieder bestimmt ist, sondern auch von Nichtmitgliedern erworben werden kann; selbstverständlich nutzt der Landesjagdverband Bayern wie andere das Internet für die Anliegen der Jagd.
- Der Landesjagdverband Bayern ist Gastgeber / Organisator zahlreicher vielbeachteter Veranstaltungen, pflegt den Kontakt mit anderen Verbänden wie dem Landesfischereiverband, den Schützenvereinen, Politikern/Mandatsträgern aller demokratischen Parteien, pflegt den Kontakt mit ausländischen Jagdorganisationen und anderen mehr.

3.4 Bundesverband

Der Deutsche Wildschutz Verband e.V. mit seinen zahlreichen Landesverbänden vertritt länderübergreifend - in ganz Deutschland - die Interessen der deutschen Jägerinnen und Jäger, der Jagd.

Für einen Verband dieser Größenordnung bieten sich für die Öffentlichkeitsarbeit folgende Möglichkeiten an:

- Als Ansprechpartner für die Presse wie Print-Medien, Hörfunk, TV wie auch für Ministerien, Behörden, Gerichte und andere Institutionen stehen Experten des Deutschen Wildschutz Verbandes zur Verfügung.
- Das regelmäßig erscheinende „Wildschutz Journal“ informiert und klärt auf.
- Der Deutsche Wildschutz Verband bietet im Internet (www.d-w-v-de) für Jedermann interessante Informationen an.
- Der Deutsche Wildschutz Verband versteht sich als die Interessenvertretung für Jägerinnen und Jäger, Jagdaufseherinnen und Jagdaufseher, Revierinhaber und Revierinhaberinnen sowie für alle Freunde der Jagd, der Wildtiere und des Naturschutzes.
- Der Deutsche Wildschutz Verband sieht als sein oberstes Ziel eine interdisziplinäre Zusammenarbeit mit allen Jagd- und Naturschutzverbänden, um mit vereinter Sachkompetenz die Geschicke der Jagd sowie die Zukunft unserer heimatlichen Flora und Fauna in die Hand zu nehmen.

4. Allgemeine Ausführungen zu „Öffentlichkeit“

Wer sich in die Öffentlichkeit begibt, sei es eine einzelne Person, sei es ein Kreisverband, sei es ein Landesverband, sei es ein Verband wie der Deutsche Wildschutz Verband, sollte stets folgendes bedenken / beachten:

Öffentlichkeit ist der allen zugängliche Raum; die einzelne Meinungsäußerung, welche im Raum der Öffentlichkeit geäußert wird, ist öffentlich; Öffentlichkeit ist einem Raum vergleichbar, welcher durch kommunikative Aktivitäten der Beteiligten strukturiert und ausgefüllt wird.

Ein kommunikativer Raum wird dadurch öffentlich, dass er für möglichst alle zugänglich ist.¹

Das verlangt eine Struktur, eine Organisation eines Forums / Mediums, so zum Beispiel das Gespräch zwischen Jägerin / Jäger und Spaziergängern im Jagdrevier oder die Mitgliederversammlung eines Vereins oder die täglich erscheinende Zeitung oder die Nachrichtensendung oder eine Podiumsdiskussion in einem für alle zugänglichen Saal oder eine Diskussionsrunde im Fernsehen.

Öffentlichkeit braucht also immer Foren / Medien, die den Raum vorgeben, in dem dann öffentliche Kommunikation stattfinden kann. Öffentlichkeit muss von den Beteiligten hergestellt werden.

Der öffentliche Raum ist ständig in Bewegung, der Kommunikationsraum „Öffentlichkeit“ wird durch Meinungsbildungsprozesse bestimmt, ist nicht statisch, es kann nicht von einer einheitlichen „öffentlichen Meinung“ ausgegangen werden, denn nur sehr wenige Themen sind nicht kontrovers.

¹ Quelle: Eckhard Bieger

Beim Thema „Jagd“ treffen in der Regel unterschiedliche Meinungspositionen aufeinander.

Zwar wird häufig gerade auch beim Thema „Jagd“ von „öffentlicher Meinung“ geredet / geschrieben, aber die gibt es selten, denn zu einem Problem, zu einer anstehenden Entscheidung gibt es fast immer mehrere Meinungspositionen, welche auch in der Öffentlichkeit geäußert werden.

Der Einzelne kann sich die unterschiedlichen Positionen anhören, kann sie lesen und kann sich dann einer Position anschließen, die ihn am meisten überzeugt und/oder seinen eigenen Interessen am ehesten entgegenkommt.

Da meist jagdliche Fragen entschieden, Probleme gelöst werden müssen, kommen einige, jedoch nicht alle Meinungsbildungsprozesse zu einem Abschluss.

Die Diskussion verliert an Intensität, sobald eine Entscheidung getroffen worden ist; eine Diskussion über die Folgen der Entscheidung setzt ein.

Viele Fragen werden nicht beantwortet, viele Probleme werden nicht gelöst, viele notwendige Entscheidungen werden nicht getroffen, sodass das Thema, die Themen, aus dem Scheinwerferlicht der öffentlichen Auseinandersetzung verschwindet.

Gibt es keine Gruppe, die sich für die Fragen / Probleme / notwendigen Entscheidungen einsetzt und das Thema wachhält, verschwindet normalerweise das Thema aus den öffentlichen Foren.

Gibt es hingegen eine Gruppe, die sich für die Fragen / Probleme / notwendigen Entscheidungen einsetzt und das Thema wachhält, verschwindet das Thema nicht aus den öffentlichen Foren.

Es gibt nicht eine, sondern viele Meinungen in der Öffentlichkeit.

„Öffentlichkeit“ ist stets als Prozess zu sehen, der durch Rede und Gegenrede sowie durch Ereignisabläufe und Entscheidungsprozesse bestimmt ist.

Ziel der Öffentlichkeitsarbeit ist es, möglichst großen Rückhalt für den Verband – hier den Deutschen Wildschutz Verband – zu gewinnen.

Das gelingt am besten, wenn die Öffentlichkeitsarbeit die Werte transportiert, für die der Verband steht.

Wer sich in die Öffentlichkeit begibt, gerät in ein Dilemma, wenn er mit seiner Argumentation, mit seiner Überzeugungskraft, seinem Charme in der Öffentlichkeit nicht überzeugt.²

Dann nämlich schlägt sich die negative Wirkung in der Öffentlichkeit nicht nur in einem schlechten Image nieder, sondern alle Mitglieder des Verbandes werden beeinträchtigt.

Wenn ein Vertreter – Pressesprecher – des Verbandes in einer öffentlichen Diskussion nicht überzeugt, in einem Interview nicht Rede und Antwort stehen kann, dann wirkt sich das auf alle Mitglieder negativ aus.

Das Dilemma wird einem Verband nicht von Aussen aufgezwungen, sondern es wird durch die eigenen Repräsentanten verursacht.

Je schlechter ein Verband in der Öffentlichkeit dasteht, desto mehr beschäftigen sich seine Gremien mit dem Zustand des Verbandes anstatt die NichtMitglieder vom Wert des Verbandes zu überzeugen.

Das Kommunikationsdilemma entsteht nicht aus technischen Mängeln oder fehlenden Mitarbeitern für die Öffentlichkeitsarbeit, sondern aus einer argumentativen Schwäche.³

Skandale gehören zu den Themen, über die öffentlich verhandelt wird.⁴

² Quelle: Eckhard Bieger

³ Quelle: Eckhard Bieger

⁴ Quelle: Eckhard Bieger

Erst die Öffentlichkeit macht zum Beispiel menschliches Fehlverhalten bei der Jagd zu einem Skandal.

Die Medien gelten in der Einschätzung der meisten Institutionen deshalb als Gefahrenquelle, weil sie mit der Berichterstattung über zum Beispiel menschliches Fehlverhalten bei der Jagd das Interesse der Leser/Innen, Zuschauer/Innen, Zuhörer/Innen wecken und gewinnen können.

Deshalb werden Journalisten und Filmteams oftmals misstrauisch empfangen, weil sie sehr wahrscheinlich das für den Verband Negative herausbekommen haben und darüber berichten wollen.

Es sind dann aus der Sicht der Verantwortlichen immer die Medien, die für die Skandale verantwortlich sind, was aber genau nicht zutrifft, denn die Verantwortlichen übersehen gerne, dass die Kommunikationsstrategie des Verbandes den Skandal in der Regel erst produziert.

Verbände und Institutionen, die sich gegenüber Medien abschotten, produzieren über kurz oder lang einen Skandal. Weil sie verhindern wollen, dass Journalisten auch mal Negatives berichten, gewähren sie diesen keinen Einblick, verweigern Interviews, lassen Kamerateams nicht drehen. Dadurch erwecken diese Einrichtungen den Eindruck, sie hätten etwas zu verbergen.

Passiert dann tatsächlich mal etwas Negatives und lässt sich das nicht mehr verheimlichen, ist das für die Medienleute der Beweis dafür, dass sich der Verband oder die Institution gegenüber den Interviewanfragen deshalb so abweisend verhalten hatte, weil sie das Licht der Öffentlichkeit scheuen.

Aus dem Negativen wird dann der Skandal konstruiert und zu einem noch größeren Erfolg, wenn der Tatbestand zuvor geleugnet wurde und/oder nur teilweise offengelegt worden ist.

Fehltritte lassen sich niemals vermeiden, sie erhalten aber in der Öffentlichkeit erst dann größeres Gewicht, wenn Öffentlichkeitsarbeit nur zögerlich und/oder abwehrend betrieben wird. Dann wird aus dem Fehlverhalten ein Skandal.⁵

Der Prozess der öffentlichen Meinungsbildung wird durch den kommunikativen Einsatz der Beteiligten vorangetrieben.⁶

Die Meinungsbildungsprozesse spielen sich zum einen auf der Bühne der Medien ab, zum anderen in den Köpfen und Herzen der einzelnen Menschen, indem diese sich der einen oder anderen Position zuneigen und/oder sich ihr anschließen.

⁵ Quelle: Eckhard Bieger

⁶ Quelle: Eckhard Bieger