

# Jagd Österreich <sup>2</sup>

Die Jagd in Österreich wird nach wie vor sehr stark mit „Tradition“ und „Brauchtum“ verbunden oder als „Kulturgut“ gesehen. Teilweise gilt sie aber auch als elitär und unmodern. Was ist die Jagd in Österreich wirklich? – Teil 2: Ein Gespräch mit MMag. Dr. Peter Vogler, der mit der Umsetzung dieses Projektes betraut ist, über den Dachmarkenprozess.



Eine für ganz Österreich entwickelte Dachmarke der Jagd soll den Mitgliedern eine optimale Vertretung auf allen Ebenen garantieren!



**WEIDWERK:** Die Landesjägermeisterkonferenz hat vor mehr als einem Jahr den Startschuss für die Entwicklung einer Dachmarke „Jagd Österreich“ gegeben. Was waren die hauptsächlichen Beweggründe dafür?

**MMag. Dr. Peter Vogler:** Zeitgemäße Verbandsarbeit besteht vor allem darin, die Interessen der Mitglieder so gut wie möglich auf allen Ebenen zu vertreten. Die Jägerschaften sind vor allem in den Bezirken und den Bundesländern ausgezeichnet aufgestellt. Auf Bundesebene jedoch gibt es noch keine oder nur eine schwach ausgeprägte einheitliche Linie, was gegenüber den teilweise nur bundesweit agierenden Kooperationspartnern und vor allem Gegenspielern enorme Nachteile hat und auch angreifbar macht.

**WEIDWERK:** Wenn es um die Entwicklung einer Marke geht, spielt meistens das Image eine große Rolle. Ist es inzwischen so schlimm, dass man einen eigenen „Dachmarkenprozess“ zum Gegensteuern braucht?

**Vogler:** Das Image der österreichischen Jägerschaften ist gut bei jenen, die engen Kontakt pflegen und in diesen Bereichen tätig sind. Wir haben eher Probleme, bei der nicht jagenden oder etwas jagdferneren Bevölkerung auf Verständnis zu stoßen. Hier kann und soll auch ein Dachmarkenprozess dazu beitragen, dass wir unsere Kompetenzen und Ressourcen österreichweit besser bündeln. Damit setzen wir das Potenzial frei, auch den wenig Informierten und kritischen Geistern mit Informationen und Sach-

argumenten zu begegnen und sie letztlich zu überzeugen.

**WEIDWERK:** Weshalb geht man diesen Prozess in Österreich erst jetzt an, nachdem es bereits seit längerem einen „Deutschen Jagdverband“ und eine Dachmarke „Jagd Schweiz“ gibt?

**Vogler:** Die Jagd in Österreich gliedert sich in neun eigenständige Landesorganisationen und eine Zentralstelle in Wien auf. Das ist historisch gewachsen und geht rechtlich darauf zurück, dass es neun unterschiedliche Landesjagdgesetze gibt. Mit einer Dachmarke „Jagd Österreich“ besteht die einmalige Chance, gemeinsam zu definieren, wofür die Jagd in ganz Österreich steht und wofür nicht. Damit kann auch auf europäischer und internationaler Ebene besser agiert werden, weil klarer wird, was das Spezifische der Jagd bei uns im Gegensatz zu anderen Ländern ist.

**WEIDWERK:** Was haben aber die einzelne Jägerin und der einzelne Jäger davon, dass es künftig eine Dachmarke „Jagd Österreich“ geben wird?

**Vogler:** Eine für ganz Österreich entwickelte Dachmarke soll den rund 115.000 Mitgliedern eine optimale Vertretung auf allen Ebenen garantieren, aber auch Orientierung für das tägliche jagdliche Tun geben. Die meisten Menschen wollen es ja gut und richtig machen. Allerdings geht das nur, wenn klar ist, was dieses Richtige und Gute ist. Das zu definieren, ist eine der Aufgaben der Landesjagdverbände. Deshalb hat die Landesjäger-

meisterkonferenz entschieden, diesen Weg der Definition nun mit der Entwicklung einer Dachmarke „Jagd Österreich“ sowie einer Charta „Jagd Österreich“ zu gehen.

**WEIDWERK:** *Sie begleiten den Prozess als externer, auf Markenentwicklung spezialisierter Berater. Wie haben Sie diese komplexe Fragestellung angelegt?*

**Vogler:** Die Landesjägermeisterkonferenz ist meinem Vorschlag gefolgt, bei der Entwicklung der Dachmarke einen Mittelweg zu gehen. Einerseits wollte man nicht alles „von oben nach unten“ vorgeben, andererseits wäre eine Urabstimmung „von unten nach oben“ mit allen Jägerinnen und Jägern zu aufwendig gewesen. Insofern haben wir in den letzten Monaten viel recherchiert und beispielsweise fast 200 Experten, Funktionäre und Multiplikatoren strukturiert befragt. Das geschah einerseits über Einzelgespräche und andererseits über Fokusgruppen, wobei zusätzlich zu sechs österreichweiten Fachgruppen pro Bundesland je eine Fokusgruppe mit internen und externen Stakeholdern angeboten worden ist.

**WEIDWERK:** *Wie geht es nun weiter? Wann wird die Dachmarke „Jagd Österreich“ den Jägerinnen und Jägern in den einzelnen Bundesländern und der Öffentlichkeit präsentiert?*

**Vogler:** Wir – die Landesjägermeister, die Geschäftsführer der Landesjagdverbände und ich – haben uns bereits in mehreren Workshops mit den Ergebnissen der Situationsanalyse sowie mit der Dachmarken-Definition beschäftigt. Auf Basis der aus der Situationsanalyse hervorgegangenen neun Landesidentitäten der Jagd war es möglich, einen Markenkern, die emotionalen und rationalen Leistungsversprechen sowie die österreichweit einheitlichen Werte und Eigenschaften der Jagd in Österreich zu bestimmen und auszuformulieren. Jetzt gilt es, die daraus resultierenden notwendigen kommunikativen und strukturellen Veränderungen vorzunehmen. Das Gesamtpaket wird voraussichtlich bis November 2017 geschnürt sein und erst dann der Öffentlichkeit vorgestellt.



FOTO WEIDWERK

#### **BLICK IN DIE ZUKUNFT.**

*Die Dachmarke „Jagd Österreich“ soll für die Jägerinnen und Jäger eine optimale Vertretung auf allen Ebenen garantieren.*

## Daten & Fakten

*Prozess zur Entwicklung der Dachmarke „Jagd Österreich“:*

- ⊙ Auftraggebende Organisation: Landesjägermeisterkonferenz bzw. die Zentralstelle Österreichischer Landesjagdverbände (<http://www.ljv.at>)
- ⊙ Prozessdesign und -begleitung: Unternehmens- und Kommunikationsberater MMag. Dr. Peter Vogler ([www.wirksam-sein.com](http://www.wirksam-sein.com))

*Meilensteine:*

- ⊙ Februar bis Juni 2016: Auswahl externer Begleitung, Vorgespräche und Planung des Prozesses
- ⊙ 13. Juni 2017: Beauftragung für den Markenentwicklungsprozess
- ⊙ Juni bis Oktober 2016:
  - Erhebung Kommunikationsleistung der Jagd in Österreich
  - qualitative Marktforschung (nahezu 200 Experten, Funktionäre und Interessenvertreter):
    - 23 Fokusgruppen (in allen 9 Bundesländern und 6 österreichweit)
    - 14 strukturierte Einzelgespräche (in jedem Bundesland und österreichweit)
- ⊙ Oktober 2016 bis Juni 2017:
  - 3 Marken-Workshops (mit den Landesjägermeistern und den Geschäftsführern der Verbände)
- diverse Abstimmungen im Rahmen der regulären Landesjägermeisterkonferenz
- Präsentation der Ergebnisse bei der Frühjahrs-Delegiertenkonferenz in Salzburg und bei der Internationalen Jagdkonferenz in Thüringen
- ⊙ Juni 2017 bis Oktober 2017:
  - Präzisierung der Ergebnisse des Dachmarken-Prozesses und Formulierung einer Charta „Jagd Österreich“
  - Erstellung des Markenhandbuchs, eines CD-Manuals und einer Kommunikationsrichtlinie
  - Umsetzung der aus dem Markenprozess abgeleiteten strukturellen Veränderungen
- ⊙ November 2017 (voraussichtlich): Öffentliche Präsentation der Dachmarke und der Charta „Jagd Österreich“ sowie der neuen Struktur zur Umsetzung der Ergebnisse

Den 1. Teil dieser Serie finden Sie auf unserer Website: [www.weidwerk.at](http://www.weidwerk.at)

