

Jagd Österreich¹

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 1.

MMAG. DR.
PETER VOGLER



Über den Autor:
MMag. Dr. Peter Vogler berät und begleitet seit über 25 Jahren Unternehmen und Organisationen in Fragen der Markenentwicklung, Kommunikation und PR. Er ist Wirtschaftstrainer und Universitätslektor sowie Lehrbeauftragter an mehreren Hochschulen im deutschsprachigen Raum.

„Das Bild der Jagd ist total verzerrt!“, „Wir warten, bis uns der Blitz im Hintern einschlägt!“ oder „Wir müssen uns in Richtung ‚moderne Interessenvertretung‘ entwickeln!“ – Aussagen, die zu Beginn des Weges zur Dachmarke „Jagd Österreich“ vor etwa einem Jahr zu hören waren ...



Den Artikel finden
Sie als Hörbuch
in der aktuellen
WEIDWERK-App!

Das Bild der Jagd ist total verzerrt!“, „Wir warten, bis uns der Blitz im Hintern einschlägt!“ oder „Wir müssen uns in Richtung ‚moderne Interessenvertretung‘ entwickeln!“ Das sind nur einige wenige der – zugegebenermaßen etwas emotionaleren – Aussagen, die zu Beginn des Weges zur Dachmarke „Jagd Österreich“ vor etwa mehr als einem Jahr zu hören waren. Inzwischen ist viel passiert und auch schon einiges erarbeitet worden. Österreichweit haben sich nahezu 200 Experten, Funktionäre und Interessenvertreter daran beteiligt, die strukturiert befragt worden sind. Erste handfeste Ergebnisse liegen vor, über die ab sofort stufenweise berichtet werden kann. Die Dachmarke Jagd Österreich selbst wird im Herbst 2017 öffentlich vorgestellt.

Die Landesjägermeister-Konferenz hat im April 2016 den Startschuss zur Entwicklung einer Dachmarke Jagd Österreich gegeben. Damit wurde der Weg frei, Schritt für Schritt eine gemeinsame Ausrichtung aller neun Landesjagdverbände auf österreichischer Ebene zu erarbeiten. Dem Vorschlag, diesem Vorhaben eine tiefgehende Situationsanalyse voranzustellen, haben die Landesjägermeister ebenso unisono zugestimmt. Ziel dieser Bestandserhebung war es vor allem, die Identitäten der Jagd in den neun Bundesländern zu ergründen. Das Gemeinsame und Verbindende sollte eine wesentliche Basis für die inhaltliche Festlegung der Dachmarke Jagd Österreich sein.

Einheitliches Image der Jagd
Wenig überraschend wird die Jagd in Österreich nach wie vor sehr stark

mit „Tradition“ und „Brauchtum“ verbunden oder als „Kulturgut“ gesehen. An zweiter Stelle rangiert bei der Frage „Wofür steht die Jagd in Ihrem Bundesland aktuell?“ das „Wildtiermanagement“, auch im Sinne von Regulierung oder Biotop-Pflege. Gleich danach wird das „gesunde, hochwertige Wildbret“ als wesentlicher Image-Faktor genannt. Auffallend dabei ist, dass jagdnahe Personen und Gruppen (zum Beispiel Mitarbeiter oder Funktionäre der Landesjagdverbände bzw. Jagdschutzorgane) das in der Wichtigkeit gleich bewerten wie andere Interessengruppen (zum Beispiel Vertreter von Forst-/Landwirtschaft, NGOs oder Behörden).

Nur regional treten bei diesen Fragestellungen kleine Unterschiede auf. So wird die Jagd in Salzburg, Oberösterreich und der Steiermark am ehesten noch mit „Tradition“ identifiziert, in Tirol mit dem „Wildtiermanagement“, in Kärnten und Niederösterreich mit dem „Wildbret“, in Wien und im Burgenland sowie in Vorarlberg mit Emotionen, wie der „Freude“, dem „Glück“ und dem „Stolz“, bzw. dem „Naturerlebnis“ per se. Negative Zuschreibungen erfolgen vor allem über die Begriffe „Fütterung und Aufhege“, „Trophäenjagd“, „gespaltene Jägerschaft“ sowie über Eigenschaftswörter, wie „elitär“ oder „unmodern“. Negativ präsent sind zudem Bilder von Jägern mit großen Geländewagen oder vom Haustierabschuss.

Gesellschaftlicher Auftrag
Spannend ist das Ergebnis zur Einschätzung, inwieweit die Jägerinnen und Jäger des jeweiligen Bundeslandes derzeit ihre gesellschaftliche Funktion



ZUKUNFT DER JAGD.

Zur Zukunftsausrichtung der Jagd ergeben sich große regionale Unterschiede in den einzelnen Bundesländern. – Naturschutz/Ökologie, Tradition & Wildbret sind einige der gewünschten Inhalte.

FOTOS WEIDWERK

bzw. ihren gesellschaftlichen Auftrag erfüllen. Die jagdnahen Gruppen tippen dabei vor allem auf Prozentsätze zwischen 50% und 75%, während die Mehrheit jagdfernerer Personen mehrheitlich von höheren Werten zwischen 50% und 95% ausgeht. Gleichermäßen pessimistisch sind beide Befragungsgruppen bei der Einschätzung dieses Erfüllungsgrades vonseiten der Öffentlichkeit bzw. dabei vor allem der städtischen Bevölkerung. Hier fehle es beispielsweise an Information beziehungsweise Öffentlichkeitsarbeit oder am Interesse in Bezug auf Jagd und Natur.

Inhaltlich definieren die jagdnahen Gruppen den gesellschaftlichen Auftrag der Jagd in ihrem Bundesland nahezu einheitlich. An erster Stelle stehen dabei „Ökologie“ bzw. der „Naturschutz“, an zweiter bis vierter beinahe gleichauf das „Lebensraum-Management“, die „jagdwirtschaftliche Regulierung“ sowie die „Information und Aufklärung“ bzw. die „Naturvermittlung“. Erst dann folgen die Pflege des Brauchtums und der Traditionen, die Zurverfügungstellung von gesundem und hochwertigem Wildbret, der Erhalt gesunder, artenreicher und angepasster Wildbestände sowie die Wildtierhygiene, zu der in diesem Fall auch die Entsorgung von Fallwild oder die Tierseuchenbekämpfung zu rechnen ist.

Und die Zukunft?

Eine Herausforderung für die Entwicklung einer österreichweit akzeptierten Dachmarke stellen die teils unterschiedlichen Vorstellungen zur Zukunftsausrichtung der Jagd dar. So wollen jagdnahe Gruppen bis 2020/2025 vor allem das hochwertige Wildbret, die nachhaltige Jagd, das positive Lebensgefühl sowie die Tradition und das Brauchtum im Vordergrund sehen. Vertreter jagdfernerer Interessengruppen verbinden die Jagd zwar auch weiterhin gerne mit hochwertigem Wildbret, schreiben ihr aber zudem eher eine Rolle als angewandter Naturschützer bzw. Bewahrer von Ökologie und Biodiversität zu. Intern wie extern ist mehr Anerkennung für die Jagd als Teil der Gesellschaft gewünscht.

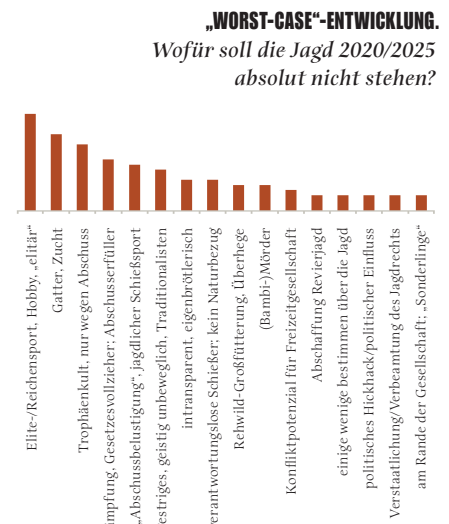
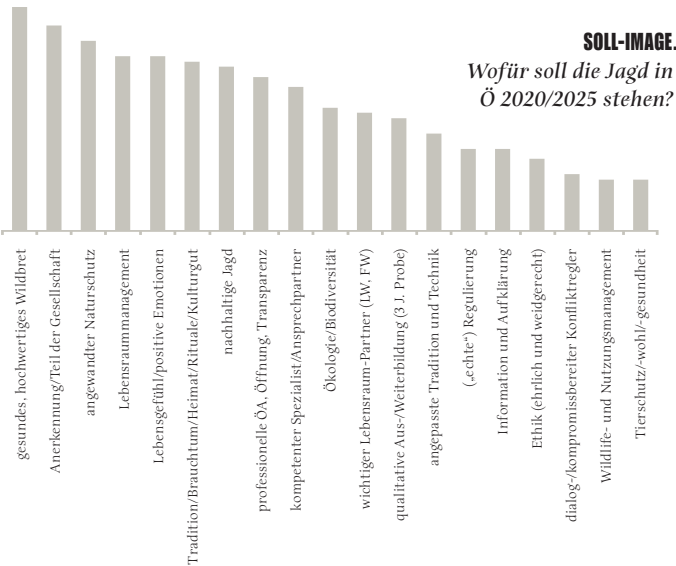
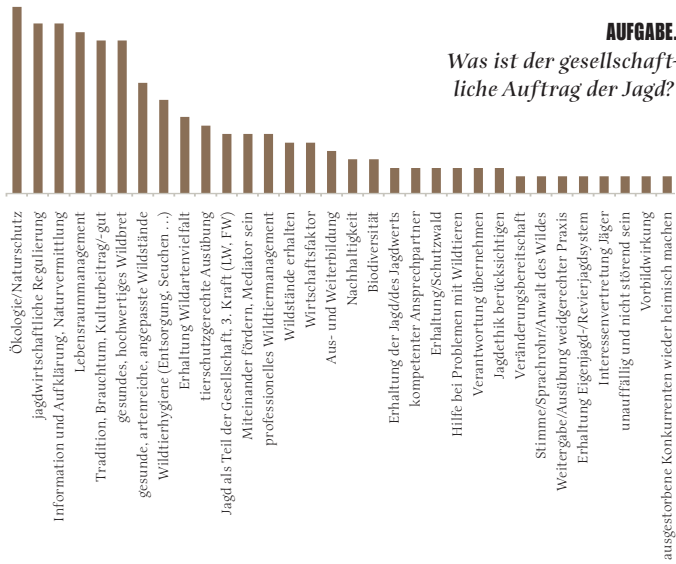
Sehr unterschiedlich wird das Bild zur Zukunftsausrichtung (Soll-Image) der Jagd in Österreich, wenn man die regionalen Präferenzen je Bundesland zurate zieht. Hier reicht die Palette von „Naturschutz/Ökologie“ über „positive Emotionen“, „Anerkennung als Teil der Gesellschaft“, „Tradition“, „Lebensraum-Management“ bis hin zur „nachhaltigen Jagd“ oder „Wildbret“, wofür die Jagd in Österreich künftig in erster Linie stehen soll. Ebenso unterschiedlich sind die Er-

wartungen in Bezug auf das, wofür die Jagd in Zukunft NICHT stehen soll: „Elite-/Reichensport“, „Gatter/Zucht“, „Trophäenkult“, „Schädlingsbekämpfung“ oder „jagdlicher Schießsport“, um nur die häufigsten Nennungen zu erwähnen.

Fazit & Ausblick

Ein zentrales Ergebnis der Situationsanalyse ist also, dass zwar aktuell eine stark ausgeprägte und großteils einheitliche Identität der Jagd in Österreich besteht, dennoch existieren in Bezug auf die Frage der Zukunftsausrichtung österreichweit sowie intern und extern stark unterschiedliche Erwartungen.

Die Ergebnisse der Datenerhebung waren nur ein – jedoch ein wesentlicher – Teil der Bestandserhebung beziehungsweise des bereits erarbeiteten Stärken-Schwächen-Profiles der Jagd in Österreich. Letzteres wiederum bildete neben den drei Workshops mit Spitzenvertretern der neun Landesjagdverbände die Grundlage für die gemeinsame Definition der Dachmarke Jagd Österreich. Detaillierte Informationen dazu können aber erst im Herbst veröffentlicht werden, wenn die strukturellen Anpassungen zur Umsetzung der Dachmarke bereits eingeleitet sind. ►



JAGD IST BRAUCHTUM.
Die Jagd in Österreich wird nach wie vor sehr stark mit Tradition und Brauchtum verbunden oder als Kulturgut gesehen.



Zum jetzigen Zeitpunkt kann aber schon gesagt werden, dass sich die Jagd in Österreich neben der Land- und Forstwirtschaft als eine der wesentlichen und unverzichtbaren Säulen der nachhaltigen Landnutzung positionieren wird. Dazu gilt es, die vier Kernleistungsbereiche „nachhaltige Jagdwirtschaft“, „gesundes, hochwertiges Wildbret“, „Lebensraum-Management“ bzw. „Beitrag zum Naturschutz“ sowie „Tradition & Brauchtum“ bzw. „Information & Aufklärung“ konsequent in den Vordergrund zu spielen. Diese Alleinstel-

lungsmerkmale werden demnächst als Visionsbild der Jagd Österreich in einem Markensteuerrad und einer Charta Jagd Österreich erstmals ausformuliert zur Verfügung stehen. In dieser letzten Prozessphase kommt es jetzt darauf an, daraus abgeleitete, dringend notwendige kommunikative, strukturelle und substanzielle Veränderungen anzustoßen und sukzessive anzugehen, damit die Jagd auch in Österreich weiterhin zukunftsfähig bleiben kann.

Hinweis: In der nächsten Ausgabe folgt ein Interview mit MMag. Dr. Peter Vogler.