



Soziale Medien

Jäger gehen online

Über 3,2 Milliarden Menschen weltweit besitzen ein Smartphone. Die neuen Technologien haben unsere Kommunikation revolutioniert. Soziale Medien wie Facebook, Twitter oder Instagram sind für die Meisten von uns längst Teil des Alltages geworden. Auch die Jagd bleibt von dieser Entwicklung nicht ausgeschlossen. Noch nie sei die Jagd gesellschaftlich so transparent, ihr Image so beeinflussbar und im selben Moment angreifbar gewesen wie heute, erklärt die junge Jagdwirtin und Bloggerin Christine Fischer. Gerade deshalb bedarf es einer kritischen Auseinandersetzung mit den Soziale Medien, den Botschaften und Bildern, die wir Jäger und Jägerinnen nach außen geben und damit ein Image erzeugen.

In ihrer Abschlussarbeit zur akademischen Jagdwirtin erläutert Fischer die Bedeutung von Bildern in den sozialen Netzwerken, die Chancen und Risiken, die sie mit sich bringen und gibt Richtlinien vor, welche jagdlichen Inhalte für die sozialen Medien geeignet sind und welche kritisch betrachtet bzw. gemieden werden sollten.



Bilder formen unsere Botschaft

In den sozialen Netzwerken spielen Bilder die zentrale Rolle. 90% der an das Gehirn übermittelten Informationen sind visueller Natur und unser Gehirn kann sie um das 60.000-fache schneller aufnehmen als schriftliche Inhalte. Bilder erzeugen Realität. Werden von Jägern ständig nur Erlegerbilder gezeigt, erzeugt das ein verzerrtes Bild bei den Betrachtern und liefert viel Munition für Jagdkritiker. Authentische und seriöse Jagdfotos hingegen, die die gesamte jagdliche Vielfalt von Lebensraumverbesserungsmaßnahmen bis hin zum Jagdhornblasen und dem Jagdhundetraining zeigen, können zur positiven Meinungsbildung in der Gesellschaft beitragen. Es gilt also, Bilder bewusst und kritisch auszuwählen, bevor sie online gestellt werden.

Fischer hat dazu einen **Social Media Leitfaden** entwickelt. Darin sind die wichtigsten Inhalte gelistet, die gemieden werden sollen und die für die Verbreitung in den Sozialen Medien geeignet sind. Den Flyer als Download finden Sie [hier](#)



Im Netz gibt es keine Privatsphäre

Junge jagende Nutzer von Sozialen Medien bleiben gerne unter sich, in geschlossenen Gruppen die Zugehörigkeit vermitteln und Austausch ermöglichen. Solche Gruppen suggerieren Privatsphäre, wo keine ist. Dies kann fatale Folgen für das Image der Jagd haben, weil man sich dazu verleitet fühlt, Inhalte zu posten, die im Netz nichts verloren haben. Es muss uns bewusst sein: Im Netz gibt es keine Privatsphäre – auch nicht in geschlossenen Gruppen!



Erst denken, dann Enter drücken

Unsere Inhalte im Netz formen unser Image in der Öffentlichkeit und für die Qualität dieser Inhalte sind wir selber verantwortlich. Um die Selbstregulierung im Netz zu fördern, benötigen wir möglichst viele verantwortungsbewusste User, die mit gutem Beispiel vorangehen und andere Jäger für geeignete Inhalte sensibilisieren. Denn: der Jäger in den sozialen Netzwerken geht uns alle etwas an!

Mehr Informationen zum Thema Jagd und Social Media gibt es unter www.hirschundco.com