CHF 10.– EURO 9.–

Juli 2020

JAGD & NATUR

Das Schweizer Jagdmagazin

Meister Grimbart

Lebensweise und Bejagung

Social Media

Jäger in sozialen Netzwerken

Jagen in dunkler Nacht

Wärmebild- oder Nachtsichtgerät?

9 771422 497006 07

www.jagdnatur.ch

DER JÄGER in den sozialen Netzwerken

Heute nutzen 3,2 Milliarden Menschen ein Smartphone. Die neuen Technologien haben unsere Kommunikation revolutioniert, und die Online-Welt absorbiert einen gigantischen Teil unserer Aufmerksamkeit.

Die Interaktion via Social Media ist zur neuen Norm der Kommunikation geworden. Dies hat auch Einfluss auf die Jägerschaft: noch nie war die Jagd gesellschaftlich so transparent wie heute. Social Media verlangt von uns Jägern daher eine kritische Beleuchtung des Status quo.

«Digital Natives» nennt man die Generation, die 1980 und später geboren, mit digitalen Technologien aufgewachsen und in deren Benutzung geübt ist. Sie nutzen die sozialen Medien viel intensiver als ältere Personen, die den Umgang mit den sozialen Medien erst mühsam erlernen müssen, wenn überhaupt. Lediglich 15 % der Jäger in Deutschland (ähnlich ist es in der Schweiz) gehören zur Gruppe der Digital Natives. In der Konsequenz bedeutet das, dass eine relative kleine Gruppe von Jägerinnen und Jägern mit einer hohen Social-Media-Nutzungsfrequenz eine grosse Verantwortung trägt im Hinblick auf die Darstellung der Jagd in den sozialen Netzwerken.

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. Die Bedeutung von Texten zu begreifen, ist anstrengend und kostet Zeit. Unser Gehirn ist faul und visuelle Inhalte kommen der Bequemlichkeit unseres Gehirns entgegen. Deshalb ist ein sensibler Umgang mit jagdlichen Fotos im Netz für uns Jäger von essenzieller Bedeutung. Bilder formen unsere Botschaft. Auf Social Media wird die Realität geteilt. Aber das, was wir Jäger auf Social Media von uns zeigen, hat mit der Realität oft wenig zu tun. Im Gegenteil – wir erzeugen durch eine Flut von Erlegerbildern ein Zerrbild der jagdlichen Realität mit negativen Konsequenzen für das Image der Jägerschaft. Die Vielfalt des jagdlichen Handwerks und der gesellschaftliche Beitrag, den wir leisten, werden unterschlagen. Wir haben eine kollektive Verantwortung im Umgang mit jagdlichen Inhalten im Netz. Bereits ein einzelnes Bild kann einen Schaden für die gesamte Jägerschaft verursachen.

Stefan Vogel

So kann man ein Erlegerfoto zeigen: ein respektvoll zu Tal getragener Gamsbock.

«Wir Jäger sind es leider oft selber, die die Munition für unsere Kritiker liefern.»

Warum brauchen wir Social Media?

Social Media ergänzt und erweitert die bestehenden «klassischen» Kommunikationswerkzeuge. Wir haben in den sozialen Medien die Möglichkeit, unsere Botschaften eigenverantwortlich zu formen und zu platzieren, und können dadurch direkten Einfluss auf das Image der Jagd in der Öffentlichkeit nehmen. Klassische Gatekeeper in Form von Verlagen oder Journalisten gibt es nicht mehr. Dadurch ergibt sich für uns eine echte Chance, jagdliche Klischees aufzubrechen. Die Themen, die wir Jägerinnen und Jäger abdecken, sind dabei in hohem Masse glaubwürdig. Die Jagd bietet un-

Unsere geposteten Fotos erzeugen in der Öffentlichkeit auch alleine und ohne weitere textliche Erläuterung ein positives Bild der Jagd.

zählige bildgewaltige und authentische Geschichten. Themen wie Klimawandel, Biodiversität, Umwelt-, Tier-, Arten- und Naturschutz oder die Herstellung eines hochwertigen Lebensmittels mit positiver CO_2-Bilanz entsprechen unserem aktuellen Zeitgeist und bewegen auch die nichtjagende Öffentlichkeit. Im Social Web können wir einen ehrlichen Dialog über diese Themen führen. Dort bewegen wir uns am Puls der Jägerschaft und am Puls der Zeit.

Karl-Heinz Volkmar

Im Netz gibt es keine Privatsphäre

Um aber überhaupt in einen ausgewogenen Dialog mit der nichtjagenden Öffentlichkeit zu treten, müssen wir Jägerinnen und Jäger bereit sein, unsere kommunikative Komfortzone zu verlassen. Für junge jagende Social-Media-User ist der Aspekt des «Unter-sich-Bleibens» nämlich sehr zentral. Sie bevorzugen den Austausch mit Gleichgesinnten. Geschlossene Gruppen sind deshalb äusserst beliebt. Solche Gruppen entsprechen zwar dem Bedürfnis nach Austausch und Zugehörigkeit, aber sie haben eine Tücke, denn sie suggerieren Privatsphäre, wo keine ist. Man befindet sich vermeintlich im vertrauensvollen Austausch mit Seinesgleichen. Dies kann fatale Folgen für das Image der Jagd haben, weil man sich dazu verleitet fühlt, Inhalte zu posten. Es muss uns bewusst sein: Im Netz gibt es keine Privatsphäre – auch nicht in geschlossenen Gruppen!

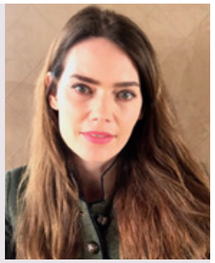
Erst denken, dann Enter drücken

Unsere Inhalte im Netz formen unser Image in der Öffentlichkeit und für die Qualität dieser Inhalte sind wir selber verantwortlich. Was wir brauchen, ist ein breiter Konsens darüber, wie wir Jägerinnen und Jäger von der Öffentlichkeit wahrgenommen werden wollen, und gemeinsame Standards, die definieren, welche Inhalte für Social Media geeignet sind und welche nicht. Wir brauchen mehr digitale Kompetenz in der Jägerschaft und gesunden Menschenverstand im Umgang mit öffentlichkeitsrelevanten Inhalten. Wenn wir erst denken würden, bevor wir Enter drücken, wäre oft schon viel geholfen. Um die Selbstregulierung im Netz zu fördern, benötigen wir möglichst viele verantwortungsbewusste User, die mit gutem Beispiel vorangehen und andere für geeignete Inhalte sensibilisieren. Auch die Jagdverbände müssen eine stärkere Führungsrolle übernehmen und positiven Einfluss nehmen auf die Qualität der Inhalte. Sie müssen Verantwortliche benennen und das Angebot von Socia-Media-Schulungen ausbauen (für Jagdausbilder, Entscheidungsträger, Funktionäre und die breite Jägerschaft). Der sensible Umgang mit jagdlichen Inhalten im Netz muss fester Bestandteil der Jungjägerausbildung sein.

Der Jäger in den sozialen Netzwerken geht uns alle etwas an! Jeder muss Verantwortung übernehmen und dazu beitragen, die Verbreitung imageschädigender Inhalte zu unterbinden. Wir brauchen den kollektiven Willen zur gemeinschaftlichen Anstrengung. Wir müssen Kräfte mobilisieren, um strategische Konzepte zu schaffen. Wir müssen Ressourcen generieren, mit denen wir diese wichtigen Aufgaben angehen können. Fehlende Ressourcen dürfen dabei kein Argument sein. Die Chance ist jetzt. Das Netz wartet nicht auf uns.

> «Wenn wir erst denken würden, bevor wir *Enter* drücken, wäre oft schon viel geholfen.»

Die Autorin



Christine Fischer ist gebürtige Schweizerin und seit 2008 Jägerin. Ihre Passion gilt der Bergjagd. Im Rahmen der Ausbildung zur akademischen Jagdwirtin an der Universität für Bodenkultur (BOKU) schrieb sie im vergangenen Jahr ihre Abschlussarbeit zum Thema «Jagd in den sozialen Netzwerken» (https://jagdwirt.at/Abschlussarbeiten). Christine Fischer lebt in Stuttgart und ist Referentin, Autorin von Fachartikeln und als Lehrende in der Jungjägerausbildung tätig.

Mehr zur Autorin und ihrem regelmässigen Blog erfahren Sie unter: www.hirschundco.com

HIRSCH&CO

Empfehlungen für einen sensiblen Umgang mit jagdlichen Inhalten im Netz

Darstellung der Jagd

Die Jagd besteht nicht primär aus Trophäen – wir streben eine vielfältige, authentische und ehrliche Darstellung der Jagd an, die sich an den Kernaspekten der Nachhaltigkeit sowie an ihrem gesellschaftlichen Beitrag orientiert.

Perspektivwechsel

Unsere Posts vermeiden negative Emotionen aus Perspektive der nichtjagenden Öffentlichkeit sowie auch innerhalb der Jägerschaft.

Isolierte Bildbetrachtung

Unsere geposteten Fotos erzeugen in der Öffentlichkeit auch alleine und ohne weitere textliche Erläuterung ein positives Bild der Jagd.

Informationsqualität

Die Quellen der geteilten Inhalte sind uns bekannt. Wir sind sicher, dass es sich nicht um Fake News handelt.

Bildsprache und Bildästhetik

Wir vermeiden unästhetische Bilder, die beim Betrachter den Eindruck der Selbstdarstellung oder des Triumphs über die Kreatur hervorrufen.

Jagdethik

Unsere veröffentlichten Inhalte entsprechen unserem allgemeinen Verständnis der Weidgerechtigkeit.

Wir sind Botschafter

Soziale Netzwerke sind kein privates Fotoalbum, sondern öffentlich zugängliche Kommunikationsräume. Es ist ein Trugschluss, dass Jäger Inhalte für Jäger machen. Wir machen immer auch Inhalte für die Öffentlichkeit und sind deshalb Botschafter für unsere Anliegen und Interessen.

Dialog

Im Dialog mit Jägern und Nichtjägern bleiben wir stets sachlich und argumentieren ausschliesslich faktenbasiert.

Auf der Website www.hirschundco.com kann ein Flyer mit hilfreichen «Social Media Guidelines» heruntergeladen werden.

Infac
Waffentresore

INFAC CLT14
für 7+3 Langwaffen mit Zielfernrohr, mit verstellbaren seitlichen Tablaren und separat abschliessbarem Kleintresor.

Art. 31218 - mit Schlüssel, Fr. 955.-

Art. 31217 - Elektrisch, Fr. 1'165.-

INFAC CLT10E
für 8+2 Langwaffen mit Zielfernrohr und separat abschliessbarem Kleintresor

Best. No 31219 - Elektrisch, Fr. 900.-

LIEFERBAR AB LAGER

LIEFERUNG FREI HAUS BIS BORDSTEINKANTE

SERVICE SCHWEIZWEIT

WEITERE MODELLE UNTER WWW.RUAG-SHOP.CH

RUAG Ammotec Schweiz AG | Im Hölderli 10 | 8405 Winterthur | Schweiz
Tel. 052 235 15 35 | Fax 052 232 27 38 | www.ruag-shop.ch