

Wir wollen einen positiven digitalen Fußabdruck im Social Web hinterlassen!



FOLLOW!



Christine Fischer
Akademische Jagdwirtin



HIRSCH&CO Blog
<https://hirschundco.com>



Instagram
[/hcoofischer](https://www.instagram.com/hcoofischer)



Facebook
[/christine.fischer370177](https://www.facebook.com/christine.fischer370177)

cfischer@hirschundco.com
+49 170 211 2112

Unterhaggen 11
A-6911 Lochau

Social Media Guidelines

FÜR DIE JÄGERSCHAFT



Wir brauchen Spielregeln, die bei der Entscheidung helfen, ob ein Inhalt für das Social Web geeignet ist oder nicht. Diese drei Fragen bieten Orientierung und sollten stets mit einem klaren **JA** beantwortet werden können:

1 Jagdethik

Wird der von mir veröffentlichte Inhalt unserer Jagdethik gerecht?

2 Isolierte Bildbetrachtung

Stellt der Inhalt selbstredend und ohne zusätzliche Erklärungen ein positives Bild der Jagd dar?

3 Negative Emotionen vermeiden

Bin ich mir sicher, dass ich mit meinem Inhalt nicht provoziere (innerhalb oder außerhalb der Jägerschaft)?

Uns ist bewusst...

- Wir liefern die Munition für unsere Kritiker*innen durch unüberlegte Posts zum größten Teil selber.
- Wir alle sind Botschafter*innen für die Jagd – ob wir wollen oder nicht.
- Im Social Web gibt es keine Privatsphäre – auch nicht in geschlossenen Gruppen.
- Auf die nichtjagende Öffentlichkeit wirken Jagdbilder anders als auf uns.
- Es gibt viel zu viele Erlegerfotos im Netz, die im Kollektiv ein einseitiges Zerrbild der jagdlichen Realität verursachen.
- Wir haben eine gemeinsame Verantwortung: Ein einzelner Post kann einen Imageschaden für die gesamte Jägerschaft verursachen.

Social Networking ist zu einer fest etablierten Größe im Prozess der öffentlichen Meinungs- und Willensbildung geworden. Nie zuvor war unser Handwerk gesellschaftlich so transparent wie zu Zeiten der Digitalisierung. Alles, was wir tun, muss den kritischen Augen der Öffentlichkeit standhalten können. Die Debattenkultur auf Social Media ist mitunter stark von Emotionen getrieben und die Jagd steht mit ihren polarisierenden Inhalten unter besonderer Beobachtung. Leider sind wir Jäger*innen oft selbst diejenigen, die

unseren Kritiker*innen die Munition liefern! Unser Ansehen leidet unter einer Flut von unüberlegten Postings und der ausgeprägte Fokus auf Erlegerfotos schadet unserem Image. Was wir brauchen ist ein gemeinsamer, tragfähiger Konsens, der uns im Netz einen Orientierungsrahmen bietet und uns hilft, eine einseitige inhaltliche Darstellung der Jagd mit negativen Konsequenzen für die öffentliche Wahrnehmung zu vermeiden. Dieser Flyer liefert Vorschläge, wie ein sensibler Umgang mit jagdlichen Inhalten im Netz gelingen kann.

Geeignete Social Media-Inhalte

Wir wollen die Vielseitigkeit einer nachhaltigen Jagd sowie unseren Beitrag zum öffentlichen Gemeinwohl zeigen.

Verstanden

Positive Themen

- 🔍 Biodiversität und Artenvielfalt
- 🔍 Erhalt der Lebensgrundlagen wild lebender Tiere
- 🔍 Hegegedanke
- 🔍 Nachhaltigkeit
- 🔍 Natur-, Tier- und Artenschutz
- 🔍 Klimawandel
- 🔍 Regionalität
- 🔍 Wildbret als Premium Lebensmittel mit positiver CO₂-Bilanz
- 🔍 Themen mit Service-Charakter wie Wildtiere in der Stadt oder Wildunfälle
- 🔍 Biotophege und Revierarbeiten
- 🔍 Kitzrettung
- 🔍 Gesamtes Waldökosystem
- 🔍 Jagd- und Waldpädagogik
- 🔍 Jagdhund als Freund und Partner
- 🔍 Jagdliches Brauchtum
- 🔍 Wildbiologie
- 🔍 Wissenschaftliche Hintergründe
- 🔍 Aufklärung (Wildkrankheiten, invasive Arten, Lebensraumverlust etc.)

Kritische Social Media-Inhalte

Negative Themen

- Bejagung Jungfuchse
- Bilder, die eine Überlegenheit der Jäger*innen darstellen
- Darstellung der Jagd als Sport
- Drückjagden und große Strecken
- Erlegerfotos mit seltenen, gefährdeten oder exotischen Tierarten
- Erlegung Kitze/Kälber
- Erlegung von wildernden Katzen und Hunden
- Fokussierung auf Waffen
- Jagdreisen
- Schweiß
- Verbindung Jagd, Waffen und Alkohol

DARAN WOLLEN WIR UNS HALTEN...

Bild vs. Text

Die Kommunikation in den sozialen Netzwerken ist visuell. Uns ist bewusst, dass Bilder und Videos weitaus größere Beachtung erlangen als Texte und diese bei der Übermittlung und Erklärung von Informationen eine wesentliche Funktion übernehmen.

Bildsprache und Bildästhetik

Wir vermeiden unästhetische Bilder, die bei den Betrachter*innen den Eindruck der Selbstdarstellung oder des Triumphs über ein erlegtes Tier hervorrufen.

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.

Dialog

Im Dialog mit Jäger*innen und Nicht-Jäger*innen bleiben wir stets sachlich und argumentieren ausschließlich faktenbasiert.

Erlegerbilder

Bei der Bildauswahl berücksichtigen wir, dass jagdliche Bilder auf Nicht-Jäger*innen anders wirken als auf uns.

Erlegerbilder können starke Emotionen auslösen und Shitstorm-Potenzial haben.

Informationsqualität

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

Isolierte

Bildbetrachtung

Unsere geposteten Fotos erzeugen in der Öffentlichkeit selbstredend, ohne weitere textliche Erläuterung ein positives Bild der Jagd.

Jagdeethik

Unsere veröffentlichten Inhalte entsprechen dem allgemeinen Verständnis der Waidgerechtigkeit.

Recht

Das Internet ist kein rechtsfreier Raum. Wir informieren uns über rechtliche Vorgaben und halten uns konsequent daran.

Selbstregulierung

Wir fördern die Selbstregulierung des Social Web, indem wir mit gutem Beispiel vorangehen.

Perspektivwechsel

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