

Joachim Orbach

DIE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT IM ZEICHEN DER ZEIT

Bekanntlich kommen in der heutigen Zeit auch Verbände und Vereine kaum an der Öffentlichkeitsarbeit vorbei. Wenn es aber um deren Gestaltung geht, scheiden sich oftmals die Geister - insbesondere wenn es um die Nutzung der sogenannten neuen Medien geht. Ich vermisse in diesem Zusammenhang zunächst oftmals die Verlinkung der JGHV- und der jeweiligen JKV- Website mit der Website einiger JGHV Mitgliedsvereine und deren Untergruppierungen.

Will man über PR / Öffentlichkeitsarbeit reden, schreiben, informieren oder im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit tätig werden, sollte man zunächst auch wissen, welche Hauptinformationsquellen die Bevölkerung in Deutschland benutzt.

Hauptinformationsquellen im Jahre 2018:

Frage Verwandte, Fremde, Bekannte 80,3 %, suche im Internet 71 %, achte auf Berichte im Fernsehen 56,7 %, lese Berichte in einer Zeitschriften 41,6 %, lese Berichte in Zeitschriften 31,7 %, achte auf Berichte im Radio 28,2 %, besorge mir eine Fachzeitschrift 19 %, ich besuche Messen, Ausstellungen 15,9 %, frage ich Buchhandel nach Sachbuch zum Thema 15,4 %, wende mich an Verbände, Organisationen, Firmen 14,6 % (Quelle Das Statistik-Portal)

Da ja nun das Internet unter den Medien die Hauptinformationsquelle ist, stellt sich da nicht die Frage: Sollte man der Pressestelle des JGHV nicht eine zusätzliche Website (Kosten zwischen 4 – 15 € monatlich) für die Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung stellen? Ggf. Kann man ja dann die Website www.jghv.de mit der Website „Öffentlichkeitsarbeit (z.B. www.jghv-fakt) verlinken. Eine derartige Website könnten dann auch die Mitgliedsvereine nutzen. „Schließlich braucht man auch nicht immer das Rad neu zu erfinden.“

Nun habe ich aber auch in den vergangenen Jahren Interviews und in diesem Jahr ein Interview zum Thema Öffentlichkeitsarbeit geführt, damit sich die Mitglieder des JGHV (der JGHV hat über 180 000 Mitglieder u. hiervon beziehen etwa 7 200 das Mitteilungsblatt „Der Jagdgebrauchshund“) ihre Meinung bilden können. Um diese Interviews den Mitglieder bekannt zu machen ist natürlich auch deren Veröffentlichung im Internet (wie auf www.jkv-nrw.de) erforderlich.

Interview mit dem Ehrenpräsidenten Ch. Frucht auf www.jkv-nrw.de s. AKTUELLES

Interview mit dem JGHV Vizepräsidenten F. Röttgen (wird nach der Veröffentlichung im Mitteilungsblatt „ Der Jagdgebrauchshund“) auch für die Website der JKV zur Verfügung gestellt)

Und hier nachfolgend das Interview mit dem langjährigen Mitglied der JGHV Stammbuchkommission Bernd Krewer:

„Frage: Wie wichtig ist Ihrer Meinung nach die Öffentlichkeitsarbeit für das Jagdgebrauchshundwesen?“

B. K. (Bernd Krewer): Sie ist sehr wichtig. Es muss uns –mehr als in der Vergangenheit- gelingen, unsere Positionen vor allem der nicht jagenden Bevölkerung und den Politikern darzustellen. Wenn es uns -nur als Beispiele- nicht bald gelingt, die Notwendigkeit der Prüfung unserer Hunde an der „lebenden Ente“, am „Schliefenfuchs“, im Saugatter und auf der Hasenspur zu begründen und Mehrheiten dafür zu gewinnen, werden wir diese Prüfungsmöglichkeiten möglicherweise verlieren. Wir müssen die notwendige Verbindung des Einsatzes geprüfter, also „brauchbarer“ Jagdhunde und einer waidgerechten, also tierschutzgerechten Jagd transparenter machen als dies bisher gelungen ist. Wenn die Politik den Einsatz „brauchbarer Jagdhunde“ per Gesetz fordert, darf sie den Weg zu diesem nicht kriminalisieren!

Frage: Welche Empfehlungen würden Sie den Zuchtvereinen und Jagdgebrauchshundvereinen zur möglichst effizienten Gestaltung der Öffentlichkeitsarbeit geben?

B. K.: „Tue Gutes und rede/schreibe darüber“! Ladet die allgemeine Presse und -wenn es geht- auch das Fernsehen zu den Prüfungen ein. Stellt eine fachkundige Frau oder einen ebensolchen Mann den Journalisten an die Seite, die alles erklären, was abläuft und warum es so und nicht anders ablaufen muss. Es gibt im Fernsehen etliche Sendungsreihen über „Problemhunde“ und solche, die es infolge absoluter Ahnungslosigkeit der Besitzer bestimmt bald werden. Wir sollten alles daran setzen, hier einen Fuß in die Tür zu bekommen. Ein versierter, medienkompetenter Jäger würde sich gewiss gut neben den vielen Hundeflüsterern behaupten können. Auch wenn es darum ginge, zu erklären, warum die Haltung eines triebstarken Deutschen Jagdterriers, eines Deutsch – Drahthaar oder eines Bayerischen Gebirgsschweißhundes in der sechsten Etage eines Münchner Hochhauses einen tierschutzrelevanteren Tatbestand darstellt als die Prüfung eines Jagdgebrauchshundes an der „lebenden Ente“ a` la Müller.

Frage: Welche Themen würden Sie zurzeit persönlich als Schwerpunktthemen setzen?

B. K.: Ich würde die streitbewehrten, bereits oben angesprochenen Themen „lebende Ente“, „Schliefenfuchs“, „Saugatter“ und „Hasenspur“ in die allgemeine Diskussion einzubringen versuchen. Es muss einfach gelingen, sich ihre Notwendigkeit überzeugend darzulegen und zu begründen und auch zu belegen, dass keiner dieser Ausbildungs- und Prüfungsbereiche aus der Sicht des Tierschutzes gesetzesrelevant ist.

Die Bemühungen der Jagdhund-Zuchtvereine um den Erhalt der Gesundheit ihrer betreuten Rasse (n) sind per Saldo beispielhaft. Qualzuchten gibt es bei den Jagdhunderassen nicht! Auch dies sollte in angemessenem Rahmen dargestellt werden.

Frage: Welche Medien sollten Ihrer Meinung nach bevorzugt genutzt werden?

B. K.: Vor allem die allgemeine Presse! Unsere Jagdzeitungen haben nahezu ausschließlich eine „Wirkung nach innen“, wenn man auch nicht ausschließen kann, dass auch Tierschützer pp. diese lesen. Aber eben dann meist nicht, um sich fortzubilden oder neue Erkenntnisse zu gewinnen, sondern eventuell gerichtsverwertbare Tatbestände darin zu finden. Ein einziger guter Beitrag (möglichst noch optimal bebildert) über eine Prüfung oder ein anderes aktuelles Thema aus dem Jagdgebrauchshundwesen in einer lokalen oder noch besser über-regionalen Zeitungen erreicht (durch die Brille der Wirkung auf die nicht jagende Öffentlichkeit) oft mehr als ein noch so guter Artikel in einem Jagdmagazin. Das Fernsehen wäre ein Forum, in dem wir eine gewisse Präsenz unbedingt anstreben sollte. Walter Frevert und Paul Losenhausen hatten vor einem halben Jahrhundert eigene Sendereihen im öffentlich – rechtlichen Fernsehen. Man sollte zumindest versuchen, dies zu reaktivieren.

Frage: Welche Kenntnisse sind für die Öffentlichkeitsarbeit Ihrer Meinung erforderlich?

B. K.: Der „Öffentlichkeits – Arbeiter“ eines Jagdhund-Zucht- oder Prüfungsvereins sollte neben einer „guten Schreibe“ sich nicht nur in „seiner“ Rasse bestens auskennen, sondern über möglichst umfassende Kenntnisse der wichtigsten in Deutschland geführten Jagdhunderassen verfügen. Dazu gehören deren rassespezifische jagdlichen Einsatzbereiche und das Prüfungswesen. Verbandsrichter sollte es ebenfalls sein -und Grundkenntnisse in der Genetik können in diesem wichtigen Amt ebenfalls nicht schaden.

Frage: Wie wichtig ist Ihrer Meinung nach für die Öffentlichkeitsarbeit Teamwork (z.B. Jagdgebrauchshundvereine , Zuchtvereine und Kreisjägerschaften)?

B. K.: „Viele Köche verderben den Brei“ -es besteht zumindest die Gefahr, dass der Brei verdorben wird. Ein Zusammenschluss zu einem Öffentlichkeitsarbeit-Team kann m.E. in besonderen Einzelfällen sinnvoll sein, wenn es um den „Transport“ besonders wichtiger Themen in die Öffentlichkeit geht. Aber gerade dann muss sichergestellt sein, dass alle mit einer Stimme sprechen und es nicht zu einer Kakophonie ausartet!

Frage: Würden Sie den Nachwuchs in den Verbänden und Vereinen mit in die Öffentlichkeitsarbeit einbinden?

B. K: Nicht grundsätzlich, sondern allenfalls in besonderen Einzelfällen, wenn es um die Öffentlichkeitsarbeit und –Wirksamkeit „nach innen“ geht. Die Darstellung „nach außen“, die Werbung für Lösungen unserer Probleme, für die wir die Sympathie oder zumindest das Verständnis der Öffentlichkeit brauchen, müssen in den Händen der Leute bleiben, die das wirklich können.

Frage: Welche Ratschläge würden Sie unserem Nachwuchs geben?

B. K.: Besuchen Sie mit Ihrem (jungen) Jagdhund die von vielen Prüfungs- und Zuchtvereinen, aber auch von den Kreisjägerschaften angebotenen Hundeführerlehrgänge. Machen Sie mit ihrem Hund die von den Lehrgangleitern aufgegebenen „Hausaufgaben“ und führen Sie Ihren Hund auf den Prüfungen, die für die Rasse (oder Rassegruppe), der er angehört, angeboten werden.

Es gibt eine Vielzahl guter Jagdhund-Abrichtebücher. Nutzen Sie die darin niedergeschriebenen Erfahrungen und Tipps. Ihr im Gehorsam gut durchgearbeiteter Jagdhund, mit dem Sie waidgerecht und damit auch tierschutzgerecht jagen, wird auch den Nichtjäger positiv beeindrucken. Und denken Sie immer daran, dass unsere Jagdhunde als einzige Vertreter ihrer Art noch weit-gehend artgerecht leben können –aber eben in den Grenzen, die von der Bevölkerung eines so dicht besiedelten Landes wie dem unsrigen toleriert werden.

Frage: Würden Sie den Besuch von Seminare für Öffentlichkeitsarbeit vorschlagen?

B. K.: Ja unbedingt, wenn diese Seminare von wirklichen Fachleuten (diese müssen nicht unbedingt Jäger oder Hundeführer sein) geleitet werden. Wir müssen lernen, wie wir unsere (für den Nichtjäger manchmal schwer verständlichen) Probleme und ihre Lösungen transportieren und so darstellen, dass sie akzeptiert werden können.

Frage: Was wünschen Sie sich persönlich in der Zukunft, wenn es um die Gestaltung und Belange der Öffentlichkeitsarbeit des Jagdgebrauchshundwesens geht?

B. K.: Einen breiteren Zugang zu den (meinungsbildenden) Medien und eine professionelle und kompetente Darstellung unseres Handelns. Es muss uns gelingen, die Politik und die Bevölkerung davon zu überzeugen, dass unsere (teilweise streitbewehrten) Abrichtemethoden tierschutzkonform und nicht tierschutzwidrig sind. Das wird eine Faustsche Aufgabe sein, weil der organisierte Tierschutz sich weit mehr von Emotionen als von Fakten leiten lässt. Die Jäger sind -gegenüber dem organisierten Tierschutz- eine kleine Minderheit, auf der wunderbar herumhacken und sich dabei des Beifalls der uninformierten Bevölkerung sicher sein kann. Jeder Fernseh- und Printmedien- Journalist, den wir überzeugen können, ist für uns ein unbezahlbar wichtiger Multiplikator.