Fair Hunt

Sauber jagen

In Zeiten von Burlei und Co., trophäengierigen „Jägern“ und dubiosen Jagdanbietern ist eine gewisse Ethik scheinbar verloren gegangen. Der Frage, ob man dennoch anständig (auf Neudeutsch „fair“) jagen kann, wird im folgenden Artikel nachgegangen.

Text: FM Martin Schuster; Foto: Helge Schulz (1)

Gemeinsam mit Kurt Hofer, Eigentümer und Geschäftsführer des Jagdreisebüros „Fair Hunt“, soll der eingangs aufgeworfenen Frage nachgegangen werden, ob nur Punkte, Zentimeter und Kilogramm zählen oder ob es um weit mehr geht. Fair Hunt kann etwa mit „nachhaltig jagen“ übersetzt werden und beschreitet einen bis dato noch nicht da gewesenen Weg der Transparenz und Kundeneinbindung. Dies ist Hofer insbesonders ein Anliegen, da er die Jagd in Mitteleuropa bedroht sieht und für ihn die Jäger selbst auf dem Prüfstand stehen. Gerade diese sehen aber in 90 % der Fälle die Gefahr nicht (oder wollen diese nicht sehen).

Betrachtet man sich die Auswüchse der „Jagd“ rund um den Globus, so müsste einem wirklich Angst und Bange um die Zukunft der Jagd werden. In Europa sind vor allem der vermeintliche Weltrekordhirsch Burlei und diverse neue Rekordtrophäen bei Rehböcken in den Schlagzeilen aufgetaucht. In Afrika z. B. geht man noch viel weiter und züchtet Springböcke in verschiedenen Farben, Büffel mit kapitalen Auslagen auf kleinster Fläche oder Löwen in Kleinstgattern. Gerade letzteres – als „canned hunting“ zu trauriger Berühmtheit gelangt – hat der Jagd immensen Schaden zugefügt.

Was ist Fair Hunt?

Das Unternehmen wurde 2008 von Kurt Hofer gemeinsam mit seinem ungarischen Partner Attila Papp gegründet. 2009 und 2010 erfolgten provokante Messeauftritte in Salzburg, Wien und Dortmund.

Fair Hunt setzte dabei ganz bewusst einen manipulierten neuen (?) Weltrekordbock einer Wand voll gering entwickelter „Abschussböcke“, wie wir sie alle aus heimischen Revieren kennen, gegenüber. Jeder Kunde sollte sich dabei die Fragen stellen, was natürlicher ist und was er jagdlich anstrebt: Manipulierte Geweihträger oder Böcke, wie die Natur sie wachsen ließ, mal stärker, mal schwächer? Seit 2011 werden die Jagdreisekunden über die Nachhaltigkeitsbewertungen der infrage kommenden Reviere informiert und miteinbezogen. Das Hauptaugenmerk der jagdlichen Aktivitäten konzentriert sich auf Ungarn. Weitere Partner in Österreich, Kroatien und der Slowakei sind vorhanden. Wie Hofer betont, wird im Fall von Fair Hunt keine Exklusivität angestrebt, d. h., dass andere Jagdreiseveranstalter ihre Gäste in dieselben Jagdreviere schicken können. In manchen Revieren machen die Fair Hunt-Jagdgäste jedoch bis zu 90 % der Gäste aus.

Wer darf mitmachen?

Nachfolgende Kriterien kommen bei der Auswahl eines Partner-Jagdrevieres zum Tragen und müssen umgesetzt werden. Dafür soll auch eine regelmäßige Evaluierung vor Ort in den Jagdrevieren mit einem Vertreter von Fair Hunt sorgen. Zur besseren Übersichtlichkeit wurden die Kriterien in Bereichen ➤

zusammengefasst (Diese basieren auf „Nachhaltigkeit der Jagd“ von M. Forstner, F. Reimoser, W. Lexer, F. Hackl. J. Hackl – 2006, Österr. Agrarverlag.).

Ökologischer Bereich

Dieser hat die Erhaltung bzw. Verbesserung der Wildbestände sowie der Artenvielfalt zum Thema. Die Abschussvorgaben und die Abschusspläne werden von staatlichen Stellen vorgegeben. Diese Vorgaben sind mit den jeweiligen anderen involvierten Landnutzern abgestimmt. Die Einhaltung dieser Abschussvorgaben wird seitens einer staatlichen Behörde überprüft. Bei der Jagdausübung werden bestehende Fragmentierungen der Wildlebensräume und der -korridore berücksichtigt. Neuzuwanderer bzw. wiederkehrende Wildarten werden geduldet und gefördert. Die jagdliche Nutzung erhält und verbessert die Artenvielfalt von Fauna und Flora (Insbesondere eine Bestandesregulation des Schalenwildes bei einer Überpopulation etc.).

Trophäenästhetische Vorgaben, die eine unnatürliche Selektion darstellen, sind in den Abschussrichtlinien nicht enthalten. Ein Gatterbetrieb (Jagd- oder Zuchtgatter) wird generell abgelehnt.

Ökonomischer Bereich

Dabei wird vor allem auf die Erhaltung und Verbesserung des Jagdwertes abgezielt. Ein Budgetplan, welcher einen positiven Abschluss vorsieht, ist jährlich zu erstellen. Für die Jagdgäste ist ein Jagdhaus (im Besitz des Jagdberechtigten) vorhanden. Die Verwertung des Wildbrets ist ein wesentlicher Teil der Vermarktungsstrategie des Reviers.

Die Jagdleitung hat für die Zufriedenheit der Jagdgäste zu sorgen. Bei auftretenden Wildschäden wird die Jagdausübung dahin gehend angepasst. Die Jagdleitung hat Synergien mit anderen Nutzern (Forstwirtschaft, Landwirtschaft, Tourismus etc.) zu finden und zu verwerten. Die Jagdleitung hat ausländische Partner, welche das Leitbild der Nachhaltigkeit des Jagdrevieres den Kunden weitervermitteln. In den Jagdrevieren stehen gut ausgebildete Jagdhunde für die jeweiligen Bereiche (Nachsuche, Stöberhunde, Apportierer etc.) in ausreichender Zahl zur Verfügung.

Soziokultureller Bereich

Die Jagdausübung und deren Vermarktung finden breite Akzeptanz bei der Bevölkerung. Die örtliche Jägerschaft ist in die Jagd eingebunden. Die Jagd schafft Arbeitsplätze für die örtliche Bevölkerung. Es wird darauf geachtet, dass die regionale Jagdkultur sowie die Jagdkultur der Jagdgäste nebeneinander bestehen können. Die Jagdgäste müssen einen Nachweis über ihre jagdliche Ausbildung in ihrem Heimatland erbringen. Die Schießfertikeit der Jagdgäste und die Funktion der Jagdwaffen werden vor der Jagd überprüft.

Die Jagdgäste werden nachweislich vor der Jagd über die Jagdgesetze und örtlichen Gepflogenheiten schriftlich in ihrer Heimatsprache unterwiesen. Die Bejagung orientiert sich am Wohlbefinden des Wildes. Tierschutzgesetze werden eingehalten. Die Art der Jagdausübung orientiert sich an anerkannten jagdästhetischen Richtlinien (Eine Gummipirsch wird z. B. abgelehnt).

Ampelsystem

Die Bewertung der Reviere erfolgt nach einem dreifarbigen Ampelsystem, wie in der nachfolgenden Grafik (siehe diese Seite unten) beschrieben.

Weist die Gesamtbewertung einen Anteil von über 30 % „Rot“ auf, ist im Revier ein Gatter vorhanden oder erfolgt Aussetzen von Wildtieren, so wird das Revier nicht vermittelt. Das, wirft Hofer ein, bringe besonders in Ungarn manche Schwierigkeiten mit sich. In den vergangenen Jahren haben zahlreiche Jagdverwaltungen Schwarzwildgatter errichtet. Nach obiger Regelung müssten zahlreiche hervorragend geführte und teilweise zigtausend Hektar große Jagdgebiete aus der Liste gelöscht werden, da ein Gatter nicht mit den Nachhaltigkeitskriterien in Einklang zu bringen ist. Nachstehend (siehe nächste Seite oben) ist ein Bewertungsbogen über die Nachhaltigkeit der Jagd im Revier Verga/Ungarn abgebildet. Diese Bewertung wird auf Wunsch dem Kunden übermittelt, damit er sich ein Bild über „sein“ Jagdgebiet machen kann.

Drei wichtige Komponenten

Die Eckpfeiler für einen nachhaltigen Jagdtourismus formuliert Hofer so:

- Die nachhaltige Jagd des Jagdveranstalters
- Das verantwortungsbewusste Jagdreisebüro

Mittels Ampelmethode werden die Reviere nach den einzelnen Kriterien bewertet. Das erscheint simpel und nachvollziehbar.

Fair Hunt
...der andere Weg zur Jagd.

Wie werden die Reviere bewertet?

Ampelbewertung:

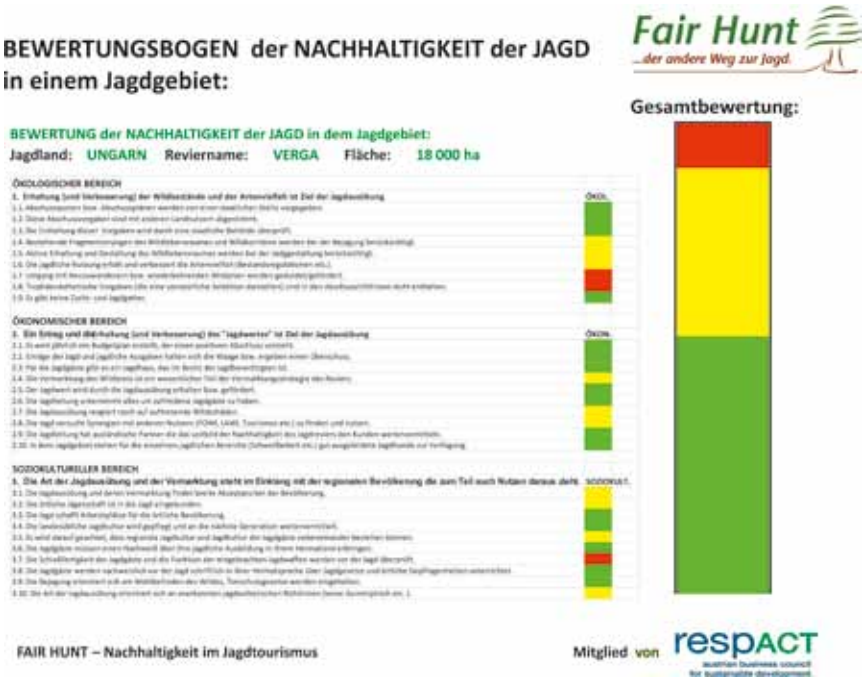
	=	stimmt (= nachhaltig)
	=	stimmt zum Teil (= bedingt nachhaltig)
	=	stimmt nicht (= nicht nachhaltig)

Wenn die Gesamtbewertung über 30% „rot“ aufweist, sich im Revier ein Gatter befindet oder Wildtiere nachgezüchtet und ausgesetzt werden, wird das Revier nicht vermittelt!

FAIR HUNT – Nachhaltigkeit im Jagdtourismus

Mitglied von respACT austrian business council for sustainable development

1



Bewertungsbeispiel für das Revier Verga in Ungarn.

- Der „wissende" Jagdreisekunde

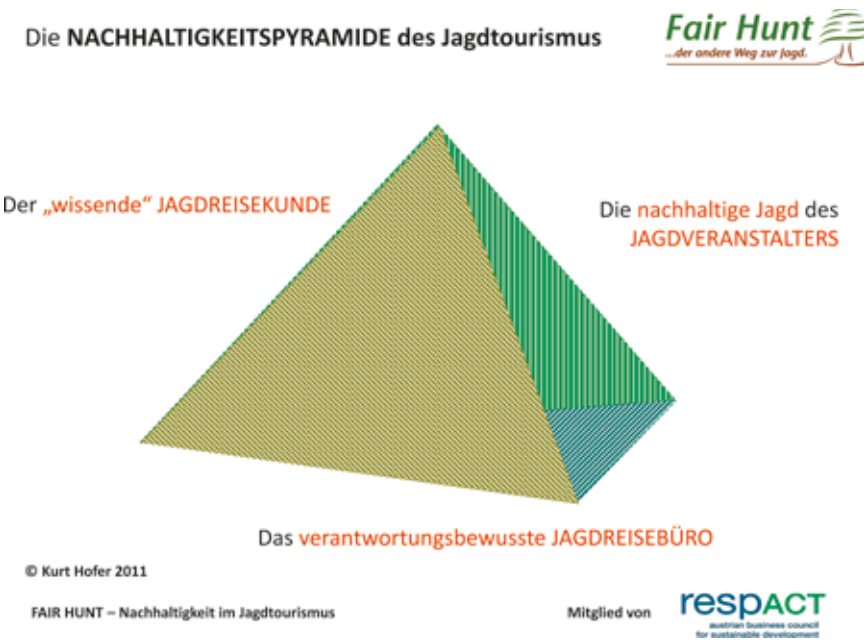
Fällt einer dieser Eckpfeiler aus, so kippt die Pyramide und das System ist zum Scheitern verurteilt. Die Grafik unten zeigten den idealtypischen Aufbau sowie die Zusammenhänge der drei vorhin genannten Faktoren (Jagdveranstalter, Jagdreisebüro, Jagdreisekunde) auf.

Denn sie wissen nicht, was sie tun

Der „wissende" Jagdreisekunde nimmt in den Augen von Hofer einen wichtigen Teil ein, um dem Prinzip der nachhaltigen Jagd zum Gelingen zu verhelfen. Den „wissenden" Kunden zeichnet eine fundierte jagdliche Ausbildung sowie das Wissen über die Nachhaltigkeit der Jagd aus. Letztere fordert der Kunde aktiv vom Jagdreisebüro in Form eines „Nachhaltigkeitszertifikats" ein. Er bringt eine jagdliche Ausrüstung mit, welche den Anforderungen des Jagdgebiets angepasst ist (Kaliber, Optik, Bekleidung etc.). Weiters verfügt der wissende Jagdreisekunde über entsprechende jagdliche Fertigkeiten und trainiert diese vor der Jagdreise. Vom Kunden wird erwartet, dass er sich vor Reiseantritt Wissen über das Jagdgebiet aneignet. Er informiert sich über die jeweiligen Jagdgesetze, Abschussquoten im Gebiet, naturschutzrechtliche Bestimmungen etc. und leitet davon seine individuelle Erwartungshaltung ab.

Somit stellt für Hofer der „wissende" Jagdreisekunde die oberste Prämisse im nachhaltig agierenden Jagdreisebüro dar.

Die drei Säulen einer nachhaltigen Jagd: Veranstalter, Kunde und Jagdreisebüro



Widersprüchlich?

Wie überall, betont Hofer, gab es bei der Einführung ein gewisses Misstrauen auf beiden Seiten, bei Kunden und „Lieferanten". Einige der „Hauptängste" seitens der Jagdverantwortlichen vor Ort waren, ob jetzt *„nur mehr Kunden kommen, welche die kleinen Hirsche schießen wollen?"* Auf der anderen Seite fragten manche Jagdgäste, ob sie denn bei einer nachhaltigen Jagd *„auch die großen Hirsche erlegen dürfen"*. Jagd und Nachhaltigkeit muss kein Widerspruch sein, ganz im Gegenteil.

Ausblick

Für die Zukunft ist eine Anpassung des Bewertungsbogens für nachhaltige Jagdreisedestinationen (welcher momentan auf europäische Verhältnisse zugeschnitten ist) für die anderen Kontinente vorgesehen. Natürlich müssen dazu zusätzliche Kriterien definiert werden. Ein Trend, der jetzt bereits zu spüren ist, ist das Interesse der Jagdreisekunden nach nachhaltigen Jagdreisedestinationen. Dieser Entwicklung werden die Jagdreisebüros Rechnung tragen und sich darauf einstellen bzw. entsprechende Reviere in ihr Programm aufnehmen müssen. Eine Zukunftsvision, wie Hofer es nennt, wäre die Einführung eines Qualitätsmerkmals „geprüftes Revier".

Wie Hofer abschließend anmerkt, *„ist Fair Hunt von der Idee völlig neu und mit den Mitbewerberen nicht vergleichbar. Es ist jetzt nicht so, dass die Kunden einem bei Fair Hunt aufgrund des Nachhaltigkeitsgedankens die Tür einrennen. Was man jedoch schon merkt, und was den eigentlich Sinn des Fair Hunt-Gedankens widerspiegelt, ist, dass sich eine gewisse Bewusstseinsänderung unter den Jägern breitmacht. Meine Vision ist, dass in zehn Jahren nur mehr solche Jagden verkauft werden.*