



Foto JMB

Es war im Herbst letzten Jahres, als sich im Landkreis Freyung-Grafenau im Bayerischen Wald die Jäger der Kreisgruppen Wolfstein und Grafenau Gedanken darüber machten, wie ihr Wildpret günstig und zudem öffentlichkeitswirksam an den Verbraucher gebracht werden könnte. Als die natürlichen Verbündeten erschienen ihnen dabei neben den privaten Haushalten die Gaststätten des Landkreises. Gemeinsam mit deren Organisation, der Kreisgruppe Freyung-Grafenau des Bayerischen Hotel und Gaststättenverbandes (BHG), wurde schließlich die Aktion „Jäger und Wirte“ ins Leben gerufen.

Die Jäger gingen dabei von folgender Überlegung aus: Einen wichtigen Faktor bei ihrem Bemühen, Wildpret an den Verbraucher zu bringen, stellen die lokalen Medien dar. Tageszeitungen, Anzeigenblätter sowie lokale Radio- und Fernsehsender eignen sich hervorragend, um die Bevölkerung zu informieren. Dabei wollten die Waidmänner aus dem Bayerischen Wald ihren Mitbürgern vor allem eines nahebringen: Es ist der Jäger, der dem Nichtjäger durch seine Jagdausübung ein Produkt von hervorragender Qualität überhaupt erst zugänglich macht. Das heimische Wildpret nämlich. Die Trophäenspiele bei den heimischen Wildarten dabei eher eine un-

Die einbrechenden Großhandelspreise haben dazu geführt, daß mehr und mehr Jäger ihr Heil in der privaten Vermarktung von Wildpret suchen. Mit wechselndem Erfolg. Von einem gelungenen Beispiel berichtet Max Kinninger, Pressesprecher der Wolfsteiner Jäger und Mit-Initiator der Aktion „Jäger und Wirte“.

tergeordnete Rolle. Sie ist sozusagen die „intime Freude“ des Jägers.

Vorteile nutzen

Neben einem erhofften Zugewinn an öffentlicher Akzeptanz stellten sich die Vorteile für alle Beteiligten folgendermaßen dar:

- Einheimische Jäger bleiben nicht mehr auf ihrem erlegten Wild sitzen beziehungsweise sind nicht mehr dazu genötigt, es unter Wert abzugeben. Gleichzeitig sind private Haushalte und die Gaststätten nicht mehr auf Tiefkühlware, Gattertiere oder „exotische Importe“ angewiesen.
- Der örtliche Jäger kann dem Verbraucher Qualität und Frische garantieren.
- Trotz ordentlicher Preisgestaltung für den Jäger haben Gastronomie und Privatkäufer einen Preisvorteil, da der Zwischenhandel umgangen wird.

Gemeinsam mit den Gastwirten wurden dann mehrere Aktionen gestartet.

Wildpret

JÄGER, GAS

So wurde eine „Headline“ (Überschrift) für alle Veröffentlichungen, die in Zusammenhang mit der Aktion „Jäger und Wirte“ standen, entworfen. Einhergehend damit wurde beschlossen, Gaststätten, die sich um die Aktion besonders verdient gemacht haben, mit einer eigens dafür gestalteten Urkunde auszuzeichnen. Zum einen sollte dadurch ein Anreiz für weitere Wirte geschaffen werden, sich an der Aktion zu beteiligen und Wild in ihren Lokalen anzubieten. Zum anderen aber sollte dadurch natürlich auch der Gast informiert werden, daß ihm in diesen Lokalen frisches Wild aus der heimischen Wildbahn vorgesetzt wird. Die Auszeichnung wird dabei nur an Gaststätten verliehen, die ständig heimisches Wild auf ihrer Speisekarte anbieten und die zudem eine permanente Wildabnahme bei den örtlichen Jägern nachweisen können. Die Kontrolle darüber erfolgt dadurch, daß die Jäger ihre Hauptabnehmer an den eingerichteten „Aktionsauschuß“ der Jäger und Wirte melden.

Angebot & Nachfrage

Bald stellte sich heraus, daß es notwendig ist, das Aufeinandertreffen von Angebot und Nachfrage irgendwie zu regeln. Zu diesem Zweck wurde der sogenannte „Wildpretvermittler“ ins Leben gerufen. Hans Michl aus Fürholz ist seitdem regionale Anlaufstelle für alle, die Wildpret kaufen oder verkaufen wollen. Dabei ist wichtig, daß der Wildpretvermittler keinen Handel im eigentlichen Sinne betreibt. Er sammelt lediglich Adressen und Daten von Anbietern und Verbrauchern und teilt nur Ad-

geschickt vermarktet

ÖKONOMIE UND PRIVATE HAUSHALTE ARBEITEN ZUSAMMEN

frage mit, wo gerade Wild zu kaufen ist, beziehungsweise benötigt wird.

Medien einbeziehen

Auch die staatlichen Forstämter beteiligten sich an der Aktion. So konnten die Zuschauer von TELE-Regional Passau den Werdegang eines Stück Rotwildes vom aus-der-Dekke-schlagen bis zum fertigen Wildgericht miterleben. Nachdem der damalige Forstamtsleiter des Forstamtes Bischofsreut, Erhard Kreuß, das Stück vor der Kamera küchenfertig zerwirkt hatte, wurde es schließlich in der Küche des Hotels Gottinger in Waldkirchen, sozusagen vor den Augen der Zuschauer, verarbeitet. Den Hauptteil der Aktion bildeten jedoch die Inserate in der Presse, die ab September teilweise mehrmals in der Woche unter der Headline „Jäger und Wirte“ gestaltet wurden. Die Jäger informierten darin über ihren Teil der Wildpretgewinnung. Behandlung von erlegtem Wild, Lagerung und richtiges Zerwirken waren dabei die Themen.

Die Gastronomie nutzte die Gelegenheit, um zu zeigen, was in ihren Lokalen aus dem Wildpret zubereitet wird und nach welchen Rezepten. In jeder Anzeige wurde ein anderes Thema behandelt. So konnten sich die einzelnen Gaststätten, die an der Aktion beteiligt waren, entsprechend präsentieren und auch ihre Lokale „ins rechte Licht rücken“. Nicht selten folgte in der vorgestellten Gastwirtschaft nach dem Inserat eine spezielle „Wildwoche“.

Flankierend dazu boten die Jäger und Wirte vor allem für die privaten Verbraucher einen Zerwirklehrgang an. Es hatte

TIPS FÜR SELBSTVERMARKTER

- Die Voraussetzungen müssen gegeben sein. Die Bestimmungen zur Fleisch-Hygiene bei Wildpret müssen unbedingt eingehalten werden. Dies umfaßt vor allem auch geeignete Räumlichkeiten zur Lagerung und Weiterbehandlung von erlegtem Wild.
- Transparenz in Sachen Wildpretgewinnung schafft Vertrauen. Der Verbraucher will wissen, wo und wie das „Produkt Wildpret“ entsteht.
- Verbündete (Gaststätten, Metzgereien, Lebensmittelhändler) müssen gefunden und Anreize (Auszeichnungen, „Gütesiegel“ etc.) für diese geschaffen werden.
- Alle Beteiligten sollten einen Vorteil (Preisvorteil, Qualitätsvorteil, Publicity) von der Aktion haben, damit alle zufrieden sind.
- Alle Maßnahmen sollten durch Berichterstattung in den lokalen Medien begleitet werden.
- Das Unternehmen Selbstvermarktung sollte groß angelegt sein. Das heißt, um die erzeugte Nachfrage befriedigen zu können, muß eine genügend große Anzahl von Revieren mit entsprechendem Wildaufkommen an der Aktion beteiligt sein.
- Der Einsatz eines Wildpretvermittlers (siehe Bericht) empfiehlt sich, um einen geregelten Ablauf zu gewährleisten.
- Auf eventuelle Kritik sollte man vorbereitet sein und dieser sachlich und mit stichfesten Argumenten in der Öffentlichkeit entgegentreten.

sich nämlich gezeigt, daß manche viel häufiger auf Wildpret zurückgreifen würden, wenn sie wüßten, wie man richtig damit umgeht. In zwei Lehrgängen mit sehr großer Resonanz, schafften die Jäger diese Sorge bei den Teilnehmern aus der Welt. Das Angebot wird in diesem Jahr noch um einen Wildpret-Kochkurs erweitert.

Erfolgreiche Aktion

Den Abschluß der Wildpret-saison bildete schließlich ein „Tag der Jäger und Wirte“ bei dem die Beteiligten mit Musik, Speis und Trank ihren Erfolg feierten – das Regionalfernsehen war live dabei. Bei dieser Gelegenheit wurden dann auch die Urkunden an die ausgezeichneten Gaststätten verliehen – 24 an der Zahl. Die Urkunden hatten Rainer Gottinger, Vorsitzender des lokalen BHG, und Richard Hofmann, BJV-Bezirksvorsitzender und Chef der Wolfsteiner Jäger, unterzeichnet. Sie sehen in der Aktion ein Pilotprojekt, das hoffentlich Nachahmer in ganz Bayern finden wird. Ganz ohne Widerstände ging die Kampagne allerdings nicht über die Bühne. Kaum daß nämlich die ersten Anzeigen in der Presse erschienen waren, meldete sich eine Anti-Atom-müll Bürgerinitiative aus der Region in einem Leserbrief zu Wort. Unter der Überschrift „Vermarktung von belastetem Wildpret Riegel vorschieben“



Foto: Max Künninger

Professionalität ist Trumpf: Jäger und Metzger Franz Ernst demonstrierte beim Zerwirkkurs, wie Wildpret richtig und hygienisch einwandfrei verarbeitet werden sollte.



Foto: Max Kimminger

Aktion „Jäger und Wirte“

LANDKREIS FREYUNG
GRAFENAU

WILDPRET FÜR GASTSTÄTTEN
UND PRIVATE HAUSHALTE 1997

Beteiligte Reviere
30
Beteiligte Gaststätten
24

Rehwild ca. 1700 Stück
Rotwild ca. 50 Stück
Hasen ca. 400 Stück
Enten und Tauben ca. 660 Stück

Sichtlich erfreut präsentieren die ausgezeichneten Gastronomen ihre Urkunden den Fotografen.

kritisierte diese die Aktion, wegen der angeblich zu hohen Strahlenbelastung beim Wild aus der Region Grafenau. Die Jägerschaft konnte den Vorwürfen jedoch mit konkreten Zahlen aus ihrem Einzugsgebiet entgegentreten. Ein Beispiel, das zeigt, wie notwendig es ist, als Selbstvermarkter gewisse Regeln zu beachten (siehe Kasten S. 13) und auf alle Eventualitäten vorbereitet zu sein. ■

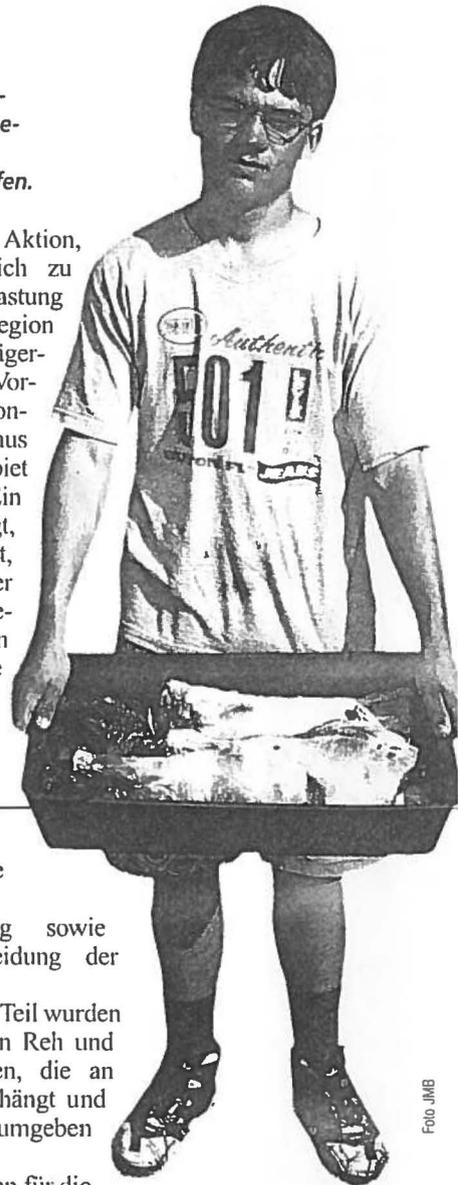


Foto: JMB

Wildpret, zerwirkt und frisch vom Jäger aus der Nachbarschaft geholt, ist bei der Bevölkerung Werbung für die Jagd.

gen von Wild nach dem Schuß, unter Beachtung der Fleisch-Hygiene-Vorschriften, war dem Referenten ein wichtiges Anliegen. Erfreulich ist, daß beide Referenten aus den Reihen des BBJa gewonnen werden konnten.

Am Vortag fand bereits ein Schießen auf den „laufenden Keiler“ statt, bei dem es einen vom ersten Vorsitzenden des Bayerischen Dachshundklubs, Sektion Augsburg, Klaus Eisler, gestifteten Ehrenpreis in Form eines Zinntellers zu gewinnen gab. Ein Waidmannsdank dem Dachshundklub.

Hermann Stamm

Sicherer Schuß, ordentliche Nachsuche, köstliches Wildpret...



Fortbildungsveranstaltung der bayerischen Jagdaufseher

Unter diesem Motto fand im Juli in Zusmarshausen für die Mitglieder im Bund Bayerischer Jagdaufseher e.V. (BBJa) eine Weiterbildungsveranstaltung statt, zu der Gottfried Conrad seine Jagdaufseher-Kollegen aus Schwaben eingeladen hatte.

Klaus Schulz, Zeil am Main, referierte als erfahrener Praktiker und Nachsuchenfürer im ersten Teil, dem Anschußseminar, über das Verhalten des Jägers vor und nach dem Schuß. Seine Forderungen:

- die richtige, der jeweiligen Wildart angepaßte Kaliberwahl (besser etwas stärker)
- die Entfernung richtig einschätzen
- den Standplatz des Wildes einprägen.

Bleibt das „Stück“ nach dem Schuß nicht im Feuer liegen, sogar bei guten Kammerschüssen sind Fluchten von 50 bis 200 Metern möglich, ist eine Nachsuche nach angemessener Zeit immer erforderlich.

Schulz zeigte auch das unterschiedliche Zeichnen der jeweiligen Wildart, je nach Treffer, auf. Er ver-

wies auf die vielfältige Schweißfärbung sowie die Unterscheidung der Schnitthaare.

Im praktischen Teil wurden Wildkörper von Reh und Sau beschossen, die an Rahmen aufgehängt und mit Planen umgeben waren.

Hier galt es dann für die Teilnehmer, bei mühsamer Suche, die Schußzeichen zu finden und zu deuten. Diese Gründlichkeit wünschte sich der Referent von allen Jägern nach jedem Schuß auf Wild.

Den Zerwirkkurs hielt Engelbert Schuster, Metzgermeister und Jäger aus Augsburg. An einem erlegten Reh demonstrierte der Fachmann das richtige Zerwirken und wie die einzelnen Wildtiere küchenfertig zubereitet werden. Hier staunte so manche „Jägersgattin“, die als Gast anwesend war, wie einfach es sein kann, bei richtiger Schnittführung das Wildpret aufzuteilen.

Schuster gab auch einige Zubereitungsanregungen, damit unser Wildpret als Köstlichkeit und schmackhaft auf den Tisch kommt. Auch das richtige Versor-