



Wildtiere in Umweltkommunikation und Regionalmarketing

Vorstudie zu Symbolik und Wirkung der
Tierarten der *Tierisch wild* - Initiative
in der Nationalparkregion
Bayerischer Wald

Sylvia Liebmann und Ulrich Schraml

Aquarelle von Christine Liebmann

Arbeitsbericht: 01/2011

ISSN 1865-3863

Inhalt

1	Hintergrund und Zielsetzung der Untersuchung	2
2	Stand des Wissens	4
3	Untersuchungsmethodik	7
4	Ergebnisse	8
4.1	Kulturelle Bedeutung der <i>Tierisch wild</i> –Tierarten.....	8
4.1.1	Auerhahn	8
4.1.2	Bär/ Braunbär	10
4.1.3	Birkhuhn.....	12
4.1.4	Eule	13
4.1.5	Falke/ Wanderfalke	15
4.1.6	Fischotter.....	17
4.1.7	Fledermaus	18
4.1.8	Kreuzotter.....	19
4.1.9	Luchs	21
4.1.10	Rothirsch	23
4.1.11	Specht	25
4.1.12	Wolf.....	26
4.2	Ergebnisse der qualitativen Interviews	29
4.2.1	Bekanntheit der Initiative	29
4.2.2	Einstellung zu Wildtieren – Faktoren.....	29
4.2.3	Die <i>Tierisch wild</i> -Tierarten nach Beliebtheit	31
4.2.4	Regionale Bedeutung der Tierarten.....	31
4.2.5	Kenntnisstand zu einzelnen Tierarten.....	32
4.2.6	Assoziationen und Bezug zur kulturellen Bedeutung der Tierarten	32
5	Bewertung der Tierarten nach ihrer Eignung für Umweltkommunikation und Regionalmarketing	34
6	Fazit und Ausblick	38
	Literaturverzeichnis.....	39

1 Hintergrund und Zielsetzung der Untersuchung

Tiere spielen sowohl als Gegenstand von Umweltkonflikten als auch in der umweltpolitischen Kommunikation eine zentrale Rolle. In vielen Fällen werden komplexe politische Herausforderungen (Klimawandel, Waldzerstörung, Wildnis) auf den Streit um die Nutzung oder den Schutz einzelner Arten reduziert (Eisbär, Fleckenkauz, Gorilla). Aber auch im Rahmen der Umweltbildung bzw. –kommunikation sowie dem Regionalmarketing kommt einzelnen „Leitarten“ und ihrer spezifischen Symbolik eine besondere Bedeutung zu.

Die einzelnen Arten sind für diese Zwecke unterschiedlich gut geeignet und lösen ggf. bei verschiedenen Zielgruppen sehr unterschiedliche Assoziationen/Reaktionen aus. Das Programm „*Tierisch wild*“ der Nationalparkregion Bayerischer Wald & Sumava setzt vor diesem Hintergrund auf die Symbolik verschiedener Tierarten (z.B. Luchs, Fischotter, Rothirsch, Auerhuhn), um die Region touristisch zu vermarkten und das innerhalb der Schutzgebiete verfolgte umweltpolitische Ziel von sekundärer Wildnis ins Nationalparkvorfeld zu transportieren. Zielgruppen sind sowohl Einheimische als auch Besucher (<http://www.tierisch-wild.com>).

Ziel des hier vorgestellten Vorhabens ist es am Beispiel des Programms „*Tierisch wild*“ Grundlagen zu schaffen für die Weiterentwicklung der Umweltkommunikation des Nationalparks. Im Einzelnen soll das Projekt helfen,

- Verständnis zu gewinnen für die Symbolik verschiedener Tierarten;
- eine Bewertung zu erlangen von deren Eignung für die Umweltkommunikation generell bzw. die spezifischen Interessen des Nationalparks in der Region,
- die theoretischen und inhaltlichen Grundlagen für eine nachfolgende breite, quantitative Untersuchung zu schaffen.

Die *Tierisch wild* Initiative ist ein grenzüberschreitendes Tourismuskonzept der Nationalparkregionen Bayerischer Wald und Böhmerwald. Es handelt sich hierbei um ein Gemeinschaftsprojekt von den Zweckverbänden Zwieseler Winkel und Nationalparkgemeinden sowie den beiden Nationalparks Bayerischer Wald und Sumava, den Gemeinden der Nationalparkregion Sumava und der Rudi Mautner GmbH. Als Ziele gelten seitens der Touristiker

- Große Medienwirksamkeit für die Nationalparkregion
- Zugewinn an Urlaubsgästen und begeisterten Wiederkehrern
- Stärkung des Zusammengehörigkeitsgefühls
- Bündelung touristischer Attraktionen in der gesamten Nationalparkregion
- Bessere Nutzung des positiven Images des Nationalparks Bayerischer Wald
- Hervorhebung der einzigartigen, teilweise frei lebenden Tierarten und einer grenzenlosen Waldwildnis als Alleinstellungsmerkmal in Deutschland.

Ziele des Nationalparks sind

- Erreichen neuer Zielgruppen
- Aufklärungsarbeit über die heimische Tierwelt in der Nationalparkregion
- Größere Akzeptanz für die Naturschutzziele des Parks bei Touristikern, Einheimischen, Regionalpolitikern und Urlaubsgästen
- Herausstellen der regionalökonomischen Bedeutung

(Quelle: Präsentation *Tierisch wild* /Wanninger (2007))

22 Orte rund um den Nationalpark Bayerischer Wald und Sumava haben seit 2008 ein Patentier. Tabelle 1 zeigt die teilnehmenden Ortschaften und ihre Patentiere, Abbildung 1 deren Lage im Raum.

Tabelle 1: Gemeinden in der Nationalparkregion mit Patentieren

Tier	Ortschaft
Auerhahn	Zwiesel & Prášíly
Bär	Neuschönau & Grafenau
Birkhuhn	Horská Kvilda & Kvilda
Eule	Borová Lada & Hohenau
Falke	Frauenau
Fischotter	Mauth-Finsterau & Rejštejn
Fledermaus	Kašperské Hory & Rinchnach
Hirsch	Sankt Oswald-Riedlhütte
Kreuzotter	Langdorf
Luchs	Lindberg, Bayer. Eisenstein, Železná Ruda & Modrava
Specht	Spiegelau
Wolf	Freyung & Srní

Quelle: www.tierisch-wild.com

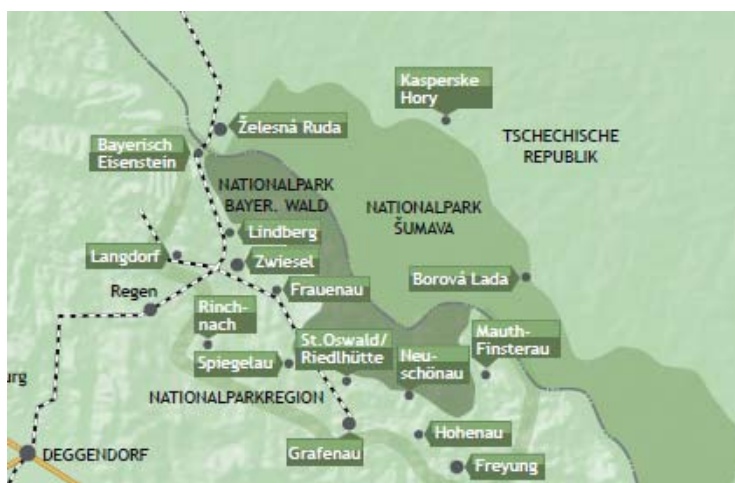


Abbildung 1: Übersichtskarte Nationalparkregion Bayerischer Wald
(Quelle: *Tierisch Wild*/Rudi Mautner GmbH)

2 Stand des Wissens

Zu der Haltung von Menschen gegenüber Wildtieren liegen im deutschsprachigen Raum nur wenige wissenschaftliche Untersuchungen vor. Zwar gibt es einige Monographien, die sich insbesondere den großen Beutegreifern (Bär, Luchs, Wolf) widmen, jedoch wurde bislang nur wenig am Vergleich einzelner Tierarten gearbeitet. Viele Studien zu Einstellungen gegenüber Wildtieren stammen aus Nordamerika (Vgl. CALUORI und HUNZIKER 2001). Eine bekannte Untersuchung zur Typisierung der Einstellungen lieferte beispielsweise KELLERT im Jahr 1980. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass die Einstellungen zu Tieren innerhalb der Bevölkerung stark variieren, jedoch eine Typisierung der Einstellungen vorgenommen werden kann. Der Autor unterscheidet naturalistische, ökologistische, humanistische, moralistische, wissenschaftliche, ästhetische, utilitaristische, dominierende und negativistisch/neutralistische Einstellungstypen. In der Bevölkerung der USA dominierten im Jahr der Untersuchung die negativistische, die humanistische, die moralistische und die utilitaristische Einstellung zu Tieren (Vgl. KELLERT und BERRY 1980). SCHULZ hat im Jahr 1985 mit ähnlichen Fragen eine vergleichbare Untersuchung in Deutschland durchgeführt, mit dem Ergebnis, dass die moralistischen, humanistischen, naturalistischen und ökologischen Einstellungen hier am häufigsten vorkommen. Hieraus wird ersichtlich, dass die Einstellung der Bevölkerung gegenüber Tieren von verschiedenen Faktoren beeinflusst wird. SERPELL (2004) unterscheidet dabei grundsätzlich zwischen Faktoren, die den Menschen betreffen und Faktoren, die auf die Eigenschaften der Tierart zurückzuführen sind. Die Ähnlichkeit der Tierart zu Menschen, die Ästhetik, die Besonderheit und Seltenheit einer Tierart bilden Faktoren, die die Einstellung von Menschen gegenüber Tieren beeinflussen. Als den Menschen betreffende Faktoren identifiziert SERPELL (2004) dessen Geschlecht, Alter, Bildung, Wohnort (Stadt/Land), Nutzung und persönliche Erfahrungen mit der Tierart bzw. mit Tieren generell. KELLERT (1985) zeigt am Beispiel des Wolfs auf, dass College-Studierende, weniger religiöse Menschen, Menschen mit größerem Wissen über Tiere und Natur sowie Menschen aus Alaska dem Wolf gegenüber positiver eingestellt sind als sehr religiöse, schlecht verdienende und ungebildete Menschen bzw. Schaf- und Viehzüchter. Das Ergebnis der positiveren Einstellung der Menschen in Alaska steht einem Befund von LLEWELLYN (1978) gegenüber, der Menschen die eng mit dem Wolf zusammenleben eine geringe Akzeptanz zuspricht. Ergebnisse einer neueren Studie von KELLERT (1991) identifizieren zwei Ursachen, die Wiederansiedelungsvorhaben von Raubtieren häufig im Weg stehen. Zum einen handelt es sich um eine grundsätzliche Anti-Raubtier-Haltung der ländlichen Bevölkerung und zum anderen um Feindseligkeit und Misstrauen gegenüber staatlichen Programmen, die der Landbevölkerung aufoktroiert werden. KELLERT (1985) nennt außerdem das Potential einer Tierart zum Anrichten von materiellem Schaden als Ursache für negative Wahrnehmungen gegenüber Wildtieren, insbesondere bei Raubtieren.

In Bezug auf die Öffentlichkeitswirkung von Tierarten spielen darüber hinaus Kriterien wie Ästhetik und Charisma¹ der Tierart eine besondere Rolle. Charismatisch eingeschätzte Tierarten

¹ In der Literatur findet sich keine allgemeine gültige Definition von „Charisma“. Der Begriff Charisma bezieht sich in der Regel auf die Ausstrahlung von Menschen bzw. auf deren Anziehungskraft auf andere Menschen (Vgl. BROCKHAUS). Dementsprechend beschreibt die Bezeichnung „charismatisch“ im Zusammenhang mit Tieren Tierar-

werden auch im Naturschutz als Symbolarten, zum Beispiel als öffentlichkeitswirksame Flaggschiffart eingesetzt. Als Kriterien für die Eignung als Flaggschiffart für Naturschutzzwecke beschreiben ENTWISTLE und BOWEN-JONES (2002) Merkmale wie die geographische Verbreitung, den Schutzstatus, die ökologische Rolle, den Wiedererkennungswert, die bereits bestehende symbolische Verwendung, das Charisma, die kulturelle Bedeutung, positive Assoziationen oder auch das Vorhandensein von traditionellem Wissen über die Tierart. Die kulturellen Assoziationen mit den Tierarten sollten laut ENTWISTLE und BOWEN-JONES (2002) identifiziert werden, um bereits bestehende kulturelle Verbindungen zu der Tierart durch lokales Kunsthandwerk und Kulturangebote wieder aufleben zu lassen bzw. zu verstärken. Als kulturelle Assoziationen zählt die Bedeutung der Tierarten in Märchen, Geschichten, Volksliedern sowie in (regionaler) Kunst oder auch die Verwendung für Handwerk bzw. auch in der Küche (Vgl. ebd.).

GUNNTHORSDDOTTIR (2002) zeigt in einer Studie, dass die Bereitschaft Artenschutzmaßnahmen zu unterstützen mit der wahrgenommenen Attraktivität der Tierart steigt.

Über die spezifisch wahrgenommene Attraktivität bzw. das Charisma von Tierarten liegen im deutschsprachigen Raum relativ wenige Studien vor. Das von Menschen wahrgenommene Charisma verschiedener Tierarten ist grundsätzlich sehr subjektiv zu beurteilen (LORIMER 2007; BOWEN-JONES und ENTWISTLE 2002). Dennoch beschreiben zum Beispiel HAUG-SCHNABEL ET AL. (2003) das Kindchenschema bzw. die Menschenähnlichkeit von Tierarten als Kriterien, die die wahrgenommene Attraktivität von Tierarten positiv beeinflussen. Laut LORENZ (1943) machen bestimmte Proportionsmerkmale von Körpern, wie zum Beispiel ein großer Kopf, große tief liegende Augen sowie eine rundliche Körperform und ausgeprägte Backen das Kindchenschema aus. Als weiteres beeinflussendes Kriterium wird die Menschenähnlichkeit von Tieren genannt. Behaarte Tiere mit eher plattem Gesicht, Mimik und einer aufrechten Körperhaltung werden als attraktiver wahrgenommen. Als eher unattraktiv gelten Tiere, die dem Menschen unähnlich sind, wie zum Beispiel Schlangen und Spinnen (Vgl. MORRIS 1984, BJERKE ET AL. 1998). Darüber hinaus kann die vermutete Gefährlichkeit von Tierarten die Beliebtheit im negativen Sinne beeinflussen (unmittelbare Bedrohung, Überträger von Krankheiten). LORIMER (2007) beschreibt zudem den sozialökonomischen Kontext bzw. den Nutzen verschiedener Arten für Menschen, die Ästhetik und auch die Unverwechselbarkeit von verschiedenen Arten als entscheidend für das Charisma der Art.

Als weitere wichtige Ursache für die Entstehung verschiedener Einstellungen zu Wildtieren werden kulturelle Faktoren beschrieben. Hier werden von SERPELL (2004) vier ineinander übergehende kulturelle Kategorien identifiziert. Es handelt sich hierbei um Geschichte, Religion, Brauchtum und die Repräsentanz von Tieren in Medien und Kunst. Besonders für Raubtiere liegen weitere Untersuchungen vor, die die kulturell-mythologische Vorprägung zu den verschiedenen Tierarten als wichtigen Faktor z.B. für die Akzeptanz der Arten beschreiben (Vgl. EGGER 2001, WALLNER 1998). Einstellungen zu Tieren können sich im Lauf der Zeit verändern, einige Untersuchungen zeigen jedoch auch, dass manche Sichtweisen über Jahre hinweg bestehen bleiben (Vgl. SERPELL 2004). Religiöser Glaube und kulturelle Werte können bestimmte Einstellungen gegenüber Tieren fördern (Vgl. NOSKE 1997). BAKER (1993) zeigt, dass die Art und Weise

ten, die durch ihr Aussehen und ihr Verhalten eine besondere Anziehungskraft auf Menschen ausüben (Vgl. LORIMER 2007).

wie Tiere zum Beispiel in Literatur, Sprache, Kunst und Medien dargestellt werden, auf kulturellen Konstruktionen basieren. „Our attitudes, our prejudices and indeed our sympathies are all filtered through or clogged up in this thick but transparent mesh (or mess) of history, culture, public opinion, received ideas”(BAKER 1993, S. 10). Die wissenschaftliche Forschung zu Tieranatomie und Verhalten der letzten Jahrzehnte beschreibt SERPELL (2004) als wichtige Ursache für einen positiven Wandel der Einstellungen von Menschen gegenüber Tieren. Wissenschaftliche Forschung kann somit negativen kulturellen Tierdarstellungen entgegenwirken (ebd.). Tabelle 2 fasst wichtige Faktoren für eine Bewertung von Tierarten zusammen.

Tabelle 2: Faktoren der Bewertung von Tieren

Eigenschaften des wahrgenommenen Tieres	Eigenschaften des wahrnehmenden Menschen
Menschenähnlichkeit	Geschlecht
Seltenheit, Besonderheit	Alter
Ästhetik	Bildung
	Wohnort (Stadt/Land)
	Zugehörigkeit zu bestimmter gesellschaftlicher bzw. Interessengruppe

3 Untersuchungsmethodik

Der verwendete Untersuchungsansatz geht davon aus, dass die Bewertung von Tierarten durch ‚Fakten und Fiktion‘, also sowohl durch die Eigenschaften (z.B. Ästhetik) der Tierarten begründet ist als auch deren kulturelle Bedeutung. Außerdem wird angenommen, dass die jeweilige Betroffenheit bzw. persönliche Erfahrungen mit den Arten relevante Faktoren sind. Das heißt, dass Bürgern und Besuchern der Nationalparkregion zum einen zu den Tierarten unterschiedlich viel bzw. unterschiedliche Informationen (kognitive Ebene) zur Verfügung stehen, zum anderen aber auch verschiedene Mythen und Legenden, die sich um die einzelnen Arten ranken oder aber artspezifisch fehlen, eine Rolle für die Bildung von Einstellungen spielen.

Auf dieser Grundlage bestand das methodische Vorgehen aus zwei Phasen. In einem ersten Schritt wurde zu den einzelnen Tierarten eine umfassende Literaturrecherche zu erwartbarem Faktenwissen und schwerpunktmäßig zu ihrer kulturellen Bedeutung durchgeführt. Die artspezifische kulturelle Bedeutung konnte durch Recherchen in primären Quellen wie Märchen, Sagen, Fabeln, Filmen und Liedern, sowie durch das Heranziehen von Sekundärliteratur und Sammelwerken (Lexikon der Symbole, Datenbank des deutschen Aberglaubens, Enzyklopädie des Märchens, Lexikon sprichwörtlicher Redensarten, Lexikon Deutscher Märchen und Sagen) erfasst werden. Auch das Internet erwies sich dabei als hilfreiche Informationsquelle, zum Beispiel um die aktuelle kulturelle Präsenz der Tierarten aufzuzeigen (Filme, Bücher, symbolische Verwendung).

Die zusammengestellten Tierartenprofile wurden durch Ergebnisse aus qualitativen Interviews ergänzt. Qualitative Untersuchungsansätze unterscheiden sich primär von den quantitativ messenden durch einen hohen Grad an Offenheit und Flexibilität. Im Rahmen dieses Projektes wurden 13 halbstrukturierte Leitfadeninterviews durchgeführt. Der Leitfaden dient zur Strukturierung der offen formulierten Fragen und gewährleistet eine grundlegende Vergleichbarkeit der Interviews. Dennoch ermöglicht die Methode eine sehr flexible, dynamische und dem jeweiligen Untersuchungsgegenstand angepasste Interviewgestaltung (Vgl. LAMNEK 2008, MAYRING 1999, FLICK 2009).

Ziel der Interviews war es, für verschiedene Zielgruppen Einstellungen und Assoziationen zu den Tierarten der Initiative *Tierisch wild* zu erfassen, die zum einen die Tierartenprofile ergänzen und zum anderen eine Grundlage für geplante, breit angelegte Untersuchungen zu ermitteln. Die Interviewpartner wurden zunächst nach Verfügbarkeit ausgewählt (*convenience sample*). Auf ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis und eine Altersgruppenvarianz wurde geachtet, die Zielgruppe der Touristen konnte vorläufig gut abgedeckt werden, bei der Zielgruppe der Einheimischen besteht weiterer Forschungsbedarf. Die Interviews fanden in der Nationalparkregion des Bayerischen Waldes statt und dauerten zwischen 5 und 20 Minuten. Die Interviews wurden mit Hilfe von Tierfotokarten durchgeführt, die Überblick und Anschaulichkeit der 12 Tierarten verbessern sollten, und darüber hinaus einen lockeren Intervieweinstieg ermöglichten (Welche Tierarten sind auf diesen Fotos abgebildet?). Bei der Auswahl der Abbildungen wurde darauf geachtet, dass die Vergleichbarkeit der Darstellungen gegeben ist und keine zusätzlichen Attribute abgebildet waren. Die vollständig transkribierten Interviews wurden mit Unterstützung des Computerprogramm MaxQDA ausgewertet. Der verwendete Interviewleitfaden, die Tierfotokarten sowie die transkribierten Interviews befinden sich im Anhang dieses Projektberichts.

4 Ergebnisse

4.1 Kulturelle Bedeutung der *Tierisch wild* –Tierarten

Die zwölf Tierarten sind in Märchen, Geschichten, Kunst und Mythologie sehr unterschiedlich repräsentiert. Während die Tierarten Bär, Wolf, Hirsch, Eule, Fledermaus, Falke und Schlange in zahlreichen kulturellen Quellen zu finden sind, gibt es zu Luchs, Specht, Auerhuhn, Birkhuhn und Fischotter deutlich weniger Nachweise für ihr Vorkommen in Märchen, Sagen, Liedern, Geschichten und Kunst. Die folgenden Abschnitte fassen die diesbezüglichen Befunde in Form von Tierartenprofilen zusammen.

4.1.1 Auerhahn



Biologie:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Größtes europäisches Raufußhuhn ○ Rote Liste Deutschland: <i>Vom Aussterben bedroht (Kategorie 1)</i> ○ Hauptverbreitungsgebiet: Nadelwälder Nordeuropas und Sibiriens; Lebensraum: Nadelaltholz mit gut entwickelter Bodenvegetation (Beeren etc.) ○ Nahrung: in der Vegetationszeit: Pflanzenteile (Knospen, Triebe, Blätter, Samen und Früchte) und Insekten und Kleintiere (Ameisen, Käfer, Spinnen, Schnecken) → Biotop mit Beerensträuchern (Heidelbeere, Preiselbeere) geeignet; im Winter: Baumnahrung (Triebe, Baumknospen, Nadeln)
Symbolik/Aberglauben:	<ul style="list-style-type: none"> ○ wird in der Volksmedizin erwähnt (bei Krämpfen) (BÄCHTOLD-STÄUBLI 2006) ○ Wappentier mehrerer Gebietskörperschaften
Märchen, Geschichten, Gedichte, Kunst :	<ul style="list-style-type: none"> ○ Taucht relativ selten in Sagen und Märchen auf (z.B. Harzsagen) ○ Balz als beliebtes Thema in Dichtung und Malerei z.B. in Franz von Kobells „Wildanger“
Lieder:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kommt in einigen Liedern vor, hauptsächlich in Jägerliedern, aber auch über die Balz. Bsp.: Vogelhochzeit; Mit dir den Berg hinauf; Holareduliö, wann der Auerhahn balzt, (Quelle: Deutsches Volksliedarchiv)
Aktuelle (Medien)Präsenz:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Thema des Naturschutzes, Forstwirtschaft ○ Begriffe zum Auerhahn aus der Jägersprache

Sonstiges:	<ul style="list-style-type: none">○ Auerhuhn war auch auf der Speisekarte vertreten (Bayrisches Nationalkochbuch 1824 -Anonym)○ Jagd: Zählt zum Hochwild, in Deutschland ganzjährig geschont (seit 1977), vorher Trophäenjagd○ Markensymbol (Biermarken Hasseröder, Auerbräu)
-------------------	---

Die Recherche in Internet, Datenbanken und Literatur zur kulturellen Bedeutung des Auerhuhns brachte nur wenige Resultate. Hinweise und Quellen für den kulturellen Wert des Auerhahns konnten hauptsächlich im Zusammenhang mit der Jagd ausfindig gemacht werden. Der Auerhahn und besonders die Auerhahnbalz werden in Liedern besungen und stellen beliebte Motive der Wildmalerei dar (Vgl. Dt. Volksliedarchiv). Auch in der Jägersprache gibt es zahlreiche Begriffe zum Auerhahn und seiner Balz. In Filmen, Märchen, Sagen und Geschichten kommt der Auerhahn nur selten vor. Es ist anzunehmen, dass die Einstellung und Wahrnehmung des Auerhahns nur wenig bzw. nur in bestimmten Kreisen (z.B. Jäger) kulturell geprägt ist.

„Der Auerhahn, der Auerhahn,
Der lockt mich nach den Höhen;
Doch will ich dort mit Vortheil dran,
So heißt es früh aufstehen!
Der Auerhahn, der Auerhahn
Ist selten zu ersehen!“ (PYRKER 1845 in VON KOBELL 1859)

Quellen und weiterführende Literatur:

Bächtold-Stäubli, Hanns (2006): Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens

Deutsches Volksliedarchiv Freiburg

Lieckfeld, Claus-Peter; Strauß, Veronika (2002): Mythos Vogel. Geschichte, Legenden, 40 Vogelporträts.

<http://www.fva-bw.de/forschung/auerhuhn-life/frameset22.html>

4.1.2 Bär/ Braunbär



Biologie:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Vorkommen in Eurasien und Nordamerika; Lebensraum: Waldgebiete und Gebirgswälder ○ Nahrung: hauptsächlich vegetarisch (Beeren, Eicheln, Bucheckern, Kastanien, Gräser, Kräuter, Blüten, Nüsse und Pilze); Insekten, Larven, Vögel und deren Eier, kleine Nagetiere, frisches Aas, „leichte Beute“ wie Schafe und andere Haustiere, aber eher selten ○ In Deutschland keine Population mehr vorhanden; in Österreich zwei getrennte Populationen (15-20 Individuen), weitere Populationen in angrenzenden Alpenländern (Slowenien, Italien) ○ Europaweit ca. 6000-10 000 Tiere (IUCN: „Gefährdung anzunehmen“; Rote Liste Deutschland: „Ausgestorben“ (aber 2006 zum ersten Mal wieder zugewandert))
Symbolik/Aberglauben:	<ul style="list-style-type: none"> ○ schon in prähistorischen Höhlen mit symbolischer Verwendung; Totentier, Mondsymbol; spirituelle Bedeutung (Zeremonien und Rituale bei Barentötung); Knochen für Werkzeuge ○ Bär als Wappentier vieler Gemeinden und Städte (Grafenau, Berlin) ○ Bär als verwandelter Mensch ○ Bär als Dämon (BÄCHTOLD-STÄUBLI 2006)
Märchen, Geschichten, Gedichte, Kunst:	<ul style="list-style-type: none"> ○ In zahlreichen Märchen, Sagen und Geschichten ○ Z.B. Schneeweißchen und Rosenrot, der Zaunkönig und der Bär ○ Fabel: Meister Petz, Braun → gutmütig, stark ○ Z.B. Der Bär (Novalis); Der Fuchs und der Bär ○ Zu allen Zeiten beliebtes Motiv in der Kunst (TREFF ET AL. 1995)
Lieder:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Zahlreiche Lieder über den Bären: z.B.: Schornsteinfeger, schwarzer Bär; do hä m`r ä Bär, dä kommt us ema (Quelle: Deutsches Volksliederarchiv Freiburg) ○ Aktuelles Lied: Es war ein Bär in seinen Jugendjahren (Lied über Bruno)
Aktuelle (Medien)Präsenz:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Diskussionen um die Rückkehr von Bären in Deutschland (Bruno) ○ Filme: Die Bärenbrüder (2003), l'ours (1988); Bücher: Pu der Bär, das Dschungelbuch; in vielen Kinderbüchern; Bär auf dem Förs-

	terball (Hacks 1990) <ul style="list-style-type: none"> ○ als Markensymbol: Bärenmarke, Kuschelweich, Gummibärchen, etc.
Sonstiges:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Sympathieträger durch Kindchenschema/Menschenähnlichkeit ○ Namensgeber vieler Ortschaften ○ Sternbild ○ Urvater des Teddybären

Der Bär findet besondere Bedeutung im Erzählgut von Völkern, bei denen die Bärenjagd mit einem Zeremoniell verknüpft ist (Lappen, Nordasiaten, Inuit, etc.). In Westeuropa, wo Bären nur noch stellenweise vorkommen, lebt er besonders im Märchen- und Sagenschatz sowie im Maskenbrauchtum (Fasnacht) - neben seiner Verbreitung als Kinderspielzeug (Teddy-Bären). In der griechischen Mythologie kommt der Bär im Zusammenhang mit Artemis, der Göttin der Jagd und des Waldes, vor, häufig ist auch das Motiv des von Bärinnen aufgezogenen Menschenkindes. Zahlreiche Sagen berichten von der Menschenähnlichkeit des Bären und schlussfolgern daraus seine Abstammung vom Menschen (RANKE und BREDNICH 1977). In Märchen und Volkserzählungen wird der Bär meist als gutmütig dargestellt, aufgrund seiner liebenswerten Eigenschaften verkörpert er in den Geschichten oft das Opfer seines gerissenen Begleiters, des Fuchses (RÖHRICH 2000). Geläufige Redensarten sind Vergleiche wie „ein Kerl wie ein Bär“; „tollpatschig wie ein Bär“ oder „er brummt wie ein Bär“. In den Redensarten werden die dem Bären zugesprochenen Eigenschaften verwendet. Die Redensart „einen Bären anbinden“ bedeutet Schulden (im Wirtshaus) machen, „jemanden einen Bären aufbinden“ heißt soviel wie jemandem etwas weismachen wollen. In der Kunst taucht der Bär schon prähistorisch auf und fand zu allen Zeiten bis heute Beachtung von Künstlern (TREFF ET AL. 1995). Auch in der Literatur ist der Bär sehr präsent. In Kinderbüchern, Jagdbüchern und Naturkundebüchern sind Bären oft Protagonisten. In politischen Büchern benutzen Verfasser den Bären um Menschen den Spiegel vorzuhalten, so zum Beispiel in Heinrich Heines „Atta Troll, ein Sommernachtstraum“ (1843) oder die Roosevelt-Bären von Seymour Eaton.

Des Weiteren gibt es einige berühmte und beliebte Bären aus Kinderbüchern. Hierzu zählen Baloo der Bär aus dem Dschungelbuch oder auch Pu der Bär (Winnie the Pooh) oder der Bär aus Janoschs Geschichten. Auch in der Werbung ist der Bär nach wie vor präsent. Bärenmarke, Haribo und Kuschelweich nutzen den Bären mit seinen zugesprochenen (positiven) Eigenschaften für ihre Marketingstrategie (TREFF ET AL. 1995). Durch Filme wie Disneys „die Bärenbrüder“, die Verfilmung des Dschungelbuchs oder den französische Film „der Bär“ bleibt der Bär in den Medien präsent und wird sein freundliches, positives Image gestützt. Dennoch zeigt sich zum Beispiel an den Geschehnissen rund um Bruno, den „Problembären“, der im Jahr 2006 die deutsche Grenze überschritt und letztendlich erlegt wurde, dass die Reaktionen weit auseinander gehen und das tatsächliche Auftauchen von Bären mit Konflikten verbunden ist. Die polarisierenden Darstellungen der Medien spielen hierbei eine entscheidende Rolle.

Weiterführende Literatur:

Treff, Hans-Albert; Museum Mensch und Natur (Hg.) (1995): Bärenstark. Natur- und Kulturgeschichte der Bären
 Ranke, Kurt; Brednich, Rolf Wilhelm (1977): Enzyklopädie des Märchens
 Uther, Hans-Jörg (2003): Deutsche Märchen und Sagen
 Uther, Hans-Jörg (2004): Europäische Märchen und Sagen
 Röhrich, Lutz (2000): Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten
 Bächtold-Stäubli, Hanns; Hoffmann-Krayer, Eduard (Hg.) (1987): Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens
 Enzyklopädie des Märchens. : Handwörterbuch zur historischen und vergleichenden Erzählforschung (1984)
 Duve, Karen; Völker, Thies (1999): Lexikon der berühmten Tiere. Von Alf und Donald Duck bis Pu der Bär und Ledas Schwan.
 Pastoureaux, Michel; Çorlu, Sabine (2008): Der Bär. Geschichte eines gestürzten Königs
 www.bund.net
 www.euronatur.org
 http://wwf-arten.wwf.de/detail.php?id=233

4.1.3 Birkhuhn



<p>Biologie:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Vorkommen in den Alpen, kleine Populationen in der Rhön, im Bayrischen Wald und in der Lüneburger Heide; Lebensraum: offene Heide- und Moorlandschaften auf Brachflächen, im Gebirge im Bereich der Matten ○ Nahrung: hauptsächlich pflanzlich (Sprossen, Beeren, Knospen und Samen) ○ Rote-Liste-Status in Bayern (Stand 2003): 1, <i>Vom Aussterben bedroht</i>; Rote-Liste-Status in Deutschland (Stand 2007): 2- <i>Stark gefährdet</i>
<p>Symbolik/Aberglauben:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kommt in Datenbanken nicht vor (Symbole, Aberglauben, sprichwörtliche Redensarten, Deutsche und Europäische Märchen)
<p>Märchen, Geschichten, Gedichte, Kunst :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Motiv der Wildmalerei ○ Franz von Kobell „der Wildanger“ 1859 (Jagderzählungen) ○ Hinweis auf Vorkommen in Geschichten, Verankerung in der bay-

	erischen Tradition (http://www.lbv.de/artenschutz/voegel/birkhuhn.html)
Lieder:	<ul style="list-style-type: none"> o Erfolgreiche Recherche im Dt. Volksliederarchiv Freiburg
Aktuelle (Medien)Präsenz:	<ul style="list-style-type: none"> o Keine besondere Medienpräsenz
Sonstiges:	<ul style="list-style-type: none"> o Gelegentlich als Wappentier im ehemaligen Verbreitungsgebiet o „Spielhahn“ gehört i.d.R. nicht zur Hohen Jagd; Sichelfedern beliebte Trophäe (Hutschmuck)

Bei den Recherchen zu der kulturellen Bedeutung der *Tierisch Wild* –Tierarten ergab die Suche zum Birkhuhn sehr wenige Resultate. Bis auf den losen Hinweis, dass das Birkhuhn fest in der bayerischen Tradition verankert ist, konnten dafür keine weiteren Belege gefunden werden.

Weiterführende Literatur:

Kobell, Franz von (1859): Wildanger. Skizzen aus dem Gebiet der Jagd und ihrer Geschichte mit besonderer Rücksicht auf Bayern

4.1.4 Eule



Biologie:	<ul style="list-style-type: none"> o 13 Eulenarten in Europa; 10 brüten in Deutschland o Bestand fast aller europäischen Eulenarten gefährdet (BUND) o Alle heimischen Eulenarten überwiegend dämmerungs- und nachtaktive (außer Sumpfohreule), wegen besonderer Form des Gefieders leiser, kaum hörbarer Flug o Habichtskauz eine der bedeutendsten ehemals heimischen Eulenarten, Bestand in Bayern war nach 1926 erloschen, nach intensiven Auswilderungsbemühungen heute 6-7 Brutpaare im NP Bayerischer Wald (www.tierisch-wild.com) o Nahrung: überwiegend Mäuse und kleine Vögel, stärkere Exemplare auch Hasen, Rebhühner und anderes Wild
------------------	--

Symbolik/Aberglauben:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ambivalenter Symbolgehalt (BIEDERMANN 2001) ○ Glücksbringer; Vorzeichen und Orakel ○ Nacht- und Totenvogel; Dämon, Teufel, Hexe ○ Annageln von Eulen an Ställen und Scheunen als Abwehrzauber (Vgl. BÄCHTOLD-STÄUBLI 2006) ○ Symbol für Weisheit und Wissensvermittlung, Symbol vieler Bibliotheken, Universitäten (BENKER 1995)
Märchen, Geschichten, Gedichte, Kunst :	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kommt in Märchen und Sagen häufig vor (BÄCHTOLD-STÄUBLI 2006); z.B. der Zaunkönig, die Eule, ... (Grimm: Kinder- und Hausmärchen in UTHER 2003); Hexe als Eule (vgl. Bartsch-Sagen in UTHER 2003) ○ Fabel: z.B. „Der Adler und die Eule“ (Jean Lafontaine) → Eule verkörpert menschliche Charakterfehler ○ Zahlreiche Eulendarstellungen in der Kunst von der Antike bis zur Neuzeit (siehe BENKER 1995)
Lieder:	<ul style="list-style-type: none"> ○ In vielen Liedern und Gedichten: z.B. Gesang der Eulen (Hagedorn), Komm mit (Hermann Löns), Vogelhochzeit (Dt. Volksliedarchiv)
Aktuelle (Medien)Präsenz:	<ul style="list-style-type: none"> ○ In Filmen: Eulen – kleine Freunde in großer Gefahr (2006); Legende der Wächter (2010); in Harry Potter als Nachrichtenboten ○ In zahlreichen Kinderbüchern oder Kinderfilmen (z.B. die kleine Eule (Tomlinson); das kleine Gespenst (Otfried Preußler), die Eule Big Mama aus Cap und Capper oder die Eule aus Pu der Bär)
Sonstiges:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Sprichwort „Eulen nach Athen tragen“ etw. Überflüssiges tun; „ein Gesicht machen wie eine Eule am Mittag“ bedeutet verschlafen aussehen; ○ Hüttenjagd mit Uhu (16. Jh.)

Um die Eulen ranken sich zahlreiche Mythen und Geschichten. Der Symbolgehalt der Eule ist jedoch sehr ambivalent. Vom Glücksbringer bis zum Unheil bringenden Todesvogel wurde den Eulen teilweise sehr widersprüchliche symbolische Bedeutung beigemessen (BENKER 1995). Die lateinische Bezeichnung „striga“ für Hexe lässt sich auf die lateinische Bezeichnung für Eulen „strix“ zurückführen. Die zwielichtige Bedeutung spiegelt sich auch in Märchen, Sagen und Fabeln wieder (ebd.). Im Märchen „die Eule“ aus Grimms Kinder- und Hausmärchen schwingt z.B. noch jene Furcht mit, die Menschen früher vor Eulen hatten. Die nachtaktive Eule gilt jedoch auch als Sinnbild der Gelehrsamkeit, weshalb viele Bibliotheken oder Verlage die Eule als Symbol verwenden (SCHENDA 1995). In dem bekannten Kinderbuch Pu der Bär (Alan Alexander Milne) taucht die Eule als hilfsbereites Tier auf, bei dem es immer einen guten Rat zu holen gibt (Vgl. ebd.). Auch in der neueren Zeit kommt die Eule in Geschichten und Filmen vor, so zum Beispiel als Nachrichtenboten bei Harry Potter oder auch in dem kürzlich erschienenen Animationsfilm „die Legende der Wächter“. Das Bildnis der weisen und mystischen Eule ist nach wie vor präsent.

Weiterführende Literatur:

Benker, Gertrud (1995): Eule und Mensch. Die Nachtgeister und ihre Symbolik
 Schenda, Rudolf (1995): Das ABC der Tiere. Märchen, Mythen und Geschichten
 Lexikon Dt. Aberglauben
 Knaurs Lexikon der Symbole
 Deutsche Märchen und Sagen
 Mebs, Theodor; Scherzinger, Wolfgang (2000): Die Eulen Europas. Biologie, Kennzeichen, Bestände
 Peterson, Roger Tory; Mountfort, Guy; Hollom, Philip A. D; Hoerschelmann, Heinrich (2002): Die Vögel Europas

4.1.5 Falke/ Wanderfalke



<p>Biologie:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Gattung Falke weltweit verbreitet, in Mitteleuropa 6 Falkenarten ○ Lebensraum: offenes Gelände in der Ebene und im Gebirge steile Felswände mit Klüften und überhängendem Gestein auch Steinbrüche, Waldungen mit Seen, Mooren, Feldern und Wiesen, im Winter auch auf Türmen mitten in der Stadt ○ Fluggeschwindigkeiten bis 250-350 km
<p>Symbolik/Aberglauben:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Bei Ägyptern Symbol der Sonne und des Sonnengottes ○ Im Mittelalter Beizjagd → Symbol anspruchsvoller, höfischer Lebenskunst (Heinz-Mohr 1981) ○ Negative Symbolbedeutung im Mittelalter z.B. als Abfallräuber (Biedermann 2001) ○ Falke bezeichnet Vertreter eines harten außenpolitischen Kurs (im Gegensatz zur Taube als Symbol der Friedensbewegung) (ebd.) ○ Falke im Mittelalter als Bild für den ritterlichen Geliebten (→ Falkenlied von Kürenbergers) (RÖHRICH 2000)
<p>Märchen, Geschichten, Gedichte, Kunst :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Vorkommen in Märchen und Sagen z.B. vom Zornbraten; der Falckensteiner, u.a. (Datenbank Deutscher Märchen und Sagen) ○ In russischen Märchen verwandeln sich Helden oft in Falken ○ Falkennovelle (Decamerone)
<p>Lieder:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ In zahlreichen Liedern z.B. O wie herrlich ists zu wandern; Der Wald war grün; Auf, auf ihr Jäger auf; Falkenlied;

Aktuelle (Medien)Präsenz:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Film z.B. Der Tag des Falken (1985)
Sonstiges:	<ul style="list-style-type: none"> ○ „Hawkeye“- Falkenaugen als Inbegriff für Schnelligkeit, Überblick und Zuverlässigkeit; Namensgebend für Ferngläser, Schiffe, ... ○ Markenname ○ Gelegentlich als Wappentier; in der mittelalterlichen Heraldik nicht beliebt, weil gefangenes, dienendes Tier (http://de.wikipedia.org/wiki/Falke_%28Wappentier%29) ○ Falknerei, Falkenschau

Der Falke ist in der Mythologie vieler Kulturen von symbolischer Bedeutung. Falken genossen im Mittelalter höchstes Ansehen als Helfer bei der Beizjagd. Der Falke gilt als schön, schnell, mutig und stark (Vgl. SCHENDA 1995). Aus dem späten Mittelalter stammt ebenfalls die Redensart *den Falken streicheln*, was soviel bedeutet wie ‚dem Manne schmeicheln‘. Der Falke wird außerdem als Sinnbild für Wachsamkeit betrachtet. Dies spiegelt sich in Redewendungen wie *er sieht wie ein Falke* oder *Augen haben wie ein Falke* wieder (Vgl. RÖHRICH 2000). Die dem Falken zugeordneten Eigenschaften machen ihn heute zudem zum Namensgeber für Schiffe, Ferngläser oder auch Waffensysteme. Der Falknerei kommt etwa im arabischen Raum weiterhin große gesellschaftliche Bedeutung bei.

Weiterführende Literatur:

- Heinz-Mohr, Gerd (Hg.) (1981): Lexikon der Symbole. Bilder und Zeichen der christlichen Kunst
- Kostrzewa, Achim; Speer, Gero (2001): Greifvögel in Deutschland. Bestand, Situation, Schutz.
- Amann, Gottfried; Summerer, Claudia; Richter, Paul (1995): Vögel des Waldes
- Bächtold-Stäubli, Hanns (2006): Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens
- Biedermann, Hans (2001): Knaurs Lexikon der Symbole
- Uther, Hans-Jörg (2003): Deutsche Märchen und Sagen
- Röhrich, Lutz (2000): Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten

4.1.6 Fischotter



Biologie:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Verbreitungsgebiet: Europa, Eurasien bis Polarkreis; Lebensraum: strukturreiche Gewässer- und Uferregionen, Auen ○ Nahrung: Fische und auch Insekten, Lurche, Wasservögel, Kleinsäuger, Krebse und Mollusken ○ Rote Liste Deutschland: Vom Aussterben bedroht; Anhang IV der FFH-Richtlinie ○ durch verschiedene Maßnahmen (Verbote von Umweltgiften, Migrationskorridore und Durchlässe an Straßen) haben sich die Populationen in Deutschland in den letzten Jahren etwas erholt
Symbolik/Aberglauben:	<ul style="list-style-type: none"> ○ keine Bedeutung im dt. Aberglauben (BÄCHTOLD-STÄUBLI 2006) ○ in der Volksmedizin: Fischotter-Rezept gegen Warzen (Vgl. ebd.)
Märchen, Geschichten, Gedichte, Kunst:	<ul style="list-style-type: none"> ○ nicht bekannt
Bekannte Lieder:	<ul style="list-style-type: none"> ○ nicht bekannt
Aktuelle (Medien)Präsenz:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kinderbuch: z.B. Luta, der Fischotter
Sonstiges:	<ul style="list-style-type: none"> ○ früher bejagt wegen Fell und weil er als „Fischräuber“ galt ○ Fastenspeise

Über die kulturelle Bedeutung des Fischotters ist nicht viel bekannt. In Märchen, Sagen und Geschichten kommt der Fischotter selten vor. Es ist anzunehmen, dass die Einstellung von Menschen gegenüber dem Fischotter wenig kulturell geprägt ist.

Weiterführende Literatur:

Amann, Gottfried (1991): Säugetiere und Kaltblüter des Waldes

Reuther, Claus (1993): Der Fischotter. Lebensweise und Schutzmassnahmen

Bächtold-Stäubli, Hanns (2006): Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens

4.1.7 Fledermaus



<p>Biologie:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Die einzigen zum aktiven Fliegen befähigten Säugetiere ○ gesellig lebende Dämmerungs- bzw. Nachttiere ○ Nahrung: Insekten (Nachtschmetterlinge, Käfer, Fliegen und Mücken) ○ Hauptsinn ist Gehör, Orientierung durch Echo-Lotung (Ultraschallwellen) ○ Körperwärme kann reguliert werden → „niedere“ Warmblüter ○ Alle 23 in Deutschland vorkommenden Arten sind auf der Roten Liste Deutschland: Vom Aussterben bedrohte Arten; internationale Gesetze: Anhang IV der FFH-Richtlinie (BRAUN ET AL. 2008).
<p>Symbolik/Aberglauben:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Vielfältige Symbolbedeutungen ○ Im Abendland gilt sie als unheimliches Wesen ○ Berichte über blutsaugende Vampirfledermäuse in Südamerika haben zu dem Bild der furchterregenden Fledermaus auch in Europa beigetragen ○ In Antike: Symbol für Wachsamkeit ○ An Türen genagelt zum Abwehr von bösem Zauber ○ In griechischen Sagen gilt sie als klug, aber furchtsam (Vgl. BIEDERMANN 2001)
<p>Märchen, Geschichten, Gedichte, Kunst :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kommt in Märchen, Geschichten und Sagen vor z.B. Der Geist Osschaert (Bechstein: Deutsches Sagenbuch. Deutsche Märchen und Sagen); Die Fledermaus (Tierfabel von Äsop), Operette ○ Teufel als gefallener Engel wird in der Kunst mit Fledermausflügeln dargestellt
<p>Bekannte Lieder:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ In Kinderliedern z.B. Fledermaus, wo ist dein Haus; Fledermaus die kehrt das Haus, die Mäuse tragen den Dreck hinaus; u.a. (siehe Dt. Volksliedarchiv)
<p>Aktuelle (Medien)Präsenz:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ In Filmen z.B. Batman; Tanz der Vampire; Dracula → Fledermaus kommt sie meist in einem unheimlichen Kontext vor
<p>Sonstiges:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Als Markensymbol (z.B. Bacardi)

Die dämmerungs- und nachtaktive Fledermaus gilt im alten China als Symbol für Glück und langes Leben. Im Alten Testament hingegen wird sie als unrein beschrieben, in der Romantik

galt sie als teuflisch, weil sie angeblich schlafenden Kindern das Blut aussaugt (Vgl. HEINZ-MOHR 1981). Die verbreiteten Assoziationen der Fledermaus mit Seele und Tod könnten zudem zu der Entstehung von Vampirsagen- und geschichten beigetragen haben. Das Vampirmotiv hat sich im westlichen Kulturkreis bis heute in Filmen, Büchern und Comics gehalten. Auch wenn es dabei teilweise ironisch eingesetzt wird, dominiert doch der Charakter einer Art, die das Tageslicht scheut, eher unheimlich ist und von der tendenziell Gefahren ausgehen bzw. Angst geweckt wird.

Weiterführende Literatur:

Bächtold-Stäubli, Hanns (2006): Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens

Dietz, Christian; Helversen, Otto von; Nill, Dietmar (2007): Handbuch der Fledermäuse Europas und Nordwestafrikas

Biedermann, Hans (2001): Knaurs Lexikon der Symbole

Uther, Hans-Jörg (2003): Deutsche Märchen und Sagen

Heinz-Mohr, Gerd (Hg.) (1981): Lexikon der Symbole. Bilder und Zeichen der christlichen Kunst

4.1.8 Kreuzotter



<p>Allgemein:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Verbreitung: Mittel- und Nordeuropa, sowie Teile Osteuropas und nördliches Russland ○ einzige giftige Schlange in Deutschland (bis auf kleinräumiges Vorkommen der Aspiviper im Schwarzwald) ○ Lebensraum: meidet dauernd warme Klimaorte, nicht zu trockener Boden, Strukturreiche Gebiete (Nahrung, Deckung), sesshaft, bewohnt Waldränder, Lichtungen, Heideflächen und Moore, auch Wiesen und Felder, im Gebirge sonnige, mit Geröll, Alpenrosen und Krummholz bedeckte Hänge, Steinbrüche und Halden, in den Alpen bis fast 3000 m Höhe vorkommend ○ Schwimmt gut ○ Wechselt im Sommerhalbjahr 5-7 mal die Haut ○ Rote Liste Deutschland: 2, stark gefährdet (BUND)
--------------------------	---

Symbolik/Aberglauben:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Schlange allgemein: Symboltier von größter Zwiespältigkeit; in der Bibel Verkörperung des Widersachers im Paradies; der Stab des Asklepios mit Schlange steht als Symbol für medizinische und pharmazeutische Berufe ○ seit Urzeiten Gegenstand abergläubischer Vorstellungen, ihr wird Klugheit zugesprochen (BÄCHTOLD-STÄUBLI 2006); der Schlange wird und wurde oft ein dämonisches Wesen zugesprochen, die alte Vorstellung der Heilkraft der Schlange hat sich bis in die Neuzeit gehalten.
Märchen, Geschichten, Gedichte, Kunst :	<ul style="list-style-type: none"> ○ Schlangen kommen in vielen Sagen und Märchen vor, z.B. die weiße Schlange, der König vom goldenen Berg (Schlange als verwunschene Prinzessin), die drei Schlangenblätter (UTHER 2003) ○ Kunst: in vielen Epochen vertreten (Vgl. JOGER 2007)
Bekannte Lieder:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kreuzotter in wenigen Liedern z.B. Ritter und Otter (Dt. Volkslieder mit ihren Melodien), Schlange allgemein häufiger z.B. Seht die große Riesenschlange (weitere Schlangenlieder im Dt. Volksliedarchiv in Freiburg)
Aktuelle (Medien)Präsenz:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Schlangen allgemein: Filme: Anaconda (1997), Vipers (2009) → Schlange als Bedrohung; Dschungelbuch (Schlange Kaa)
Sonstiges:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Schlangenphobie weit verbreitet ○ Das Zähmen von Schlangen durch „Schlangenbeschwörer“ gilt als besondere Kunst, da gefährlich ○ Sprichwörter und Redensarten: z.B. Eine Schlange am Busen nähren und andere, die meist auf den verschlagenen, falschen Charakter verweisen (Vgl. RÖHRICH 2000, Deutsches Sprichwörterlexikon, http://www.zeno.org/Wander-1867/A/Schlange) ○ „Da die Schlange wegen ihrer Verführerrolle beim Sündenfall mit dem Bösen und dem Teufel gleichgesetzt wurde, entstanden Wendungen wie listig, falsch wie eine Schlange sein, auch einfach: eine wahre Schlange sein, die meist benutzt werden, um eine verräterische, heimtückische weibliche Person zu kennzeichnen“ (ebd.).

Bei der Ermittlung der kulturellen Bedeutung der Schlangenart Kreuzotter konnten nur wenige Quellen gefunden werden. Über Schlangen im Allgemeinen gibt es hingegen zahlreiche Nachweise für ihre Präsenz in Kultur, Kunst und Mythos. Dabei wird den Schlangen meist ein ambivalenter Charakter zugesprochen. Zum einen gilt sie als klug, zum anderen nutzt sie diese Klugheit eher zum Erreichen wenig edler Ziele (vgl. Sündenfall). Daher ergibt sich in Summe ein eher ´verschlagener´ Charakter. Da sie weder über ein Fell noch hohe Körpertemperatur verfügt, gilt es als unangenehm oder sogar als Mutprobe Schlangen zu berühren. Menschen, die in engem Kontakt zu Schlangen stehen bzw. sich diese nutzbar machen, gelten eher als gefährlich. Im Extremfall löst bereits das Betrachten von Abbildungen, die Schlangen zeigen, Phobien aus.

Weiterführende Literatur:

Becker, Udo (Hg.) (2008): Lexikon der Symbole

Bächtold-Stäubli, Hanns (2006): Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens

Joger, Ulrich (2007): Schlangen und Drachen. Kunst und Natur

4.1.9 Luchs



Biologie:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Verbreitungsgebiet: in weiten Teilen Skandinaviens, im östlichen Polen, entlang des Karpatenbogens und in den Staaten der ehemaligen Sowjetunion; Wiederangesiedelte Luchsvorkommen in Teilen Sloweniens und Kroatiens, in der Schweiz, in Österreich und in Frankreich ○ Lebensraum: Wald- und wildreiche Gebiete ○ Nahrung: Schalenwildarten wie Reh, Gämse oder Mufflon, auch Rotwild, Hasen, Füchse, Wildschweine, Marder, Wild- und Hauskatzen, Kleinsäuger und Vögel gehören zum Beutespektrum ○ Nachweise über Luchsvorkommen liegen aus dem Pfälzerwald, dem Schwarzwald und den deutsch-tschechischen Grenzwäldern (Bayerischer Wald, Erzgebirge, Sächsische Schweiz) vor, bedeutendstes Luchsvorkommen in Ostbayern, wo im Böhmerwald Luchse ausgesetzt wurden (NABU 2006).
Symbolik/Aberglauben:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Luchs spielt in der Mythologie keine ausgeprägte Rolle (WALLNER 1998) ○ In der christlichen Ikonographie dem Reich des Teufels zugeordnet; Symboltier des Gesichtsinnes und für Schlauheit stehend (BIEDERMANN 2001) ○ Aberglauben: scharfe Augen, mit denen er durch Wände sieht; Bastard gezeugt aus Wolf und Fuchs (Vgl.BÄCHTOLD-STÄUBLI 2006)
Märchen, Geschichten, Gedichte, Kunst :	<ul style="list-style-type: none"> ○ In lettischen Märchen zählt er zu den hilfreichen Tieren des Märchens, im polnischen Märchen wird mit Luchskralen der Glasberg erstiegen (Vgl. ebd.) ○ In dt. Märchen nicht präsent ○ Gewisse Bedeutung in der jagdlichen Literatur, häufig als Konkurrent des Jägers, aber auch als attraktive Beute (vgl. KOBELL 1859)
Bekannte Lieder:	<ul style="list-style-type: none"> ○ ‚Ich hab ein kleines Hüttchen nur; Wo mein Schatz daheim ist, da hausen wilde Luchse‘ (Dt.Volksliedarchiv)

Aktuelle (Medien)Präsenz:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Wiederansiedlungsprojekte, Ausbrüche aus Gehegen und Zuwanderungen in mehreren deutschen Mittelgebirgen wurden teils heftig diskutiert (Harz, Bayer. Wald, Pfälzer Wald, Schwarzwald) ○ (Kinder)filme: Schlau wie ein Luchs (Animationsfilm 2009), Tommy und der Luchs (1998); Bücher (Kinderbücher, Naturkundebücher, Romane)
Sonstiges:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Luchsjagd wegen beehrtem Fell ○ Redewendungen: Augen haben wie ein Luchs, aufpassen wie ein Luchs, etwas abluchsen (RÖHRICH 2000) ○ Häufig genutzte Art in der Umweltkommunikation, wird von einigen Schutzgebietsverwaltungen und Naturschutzverbänden intensiv beworben bzw. für deren (Mitglieder-) Werbung zw. Regionalmarketing benutzt

Als zentrale Symbolik des Luchses sind die Assoziationen zu Schlaueit und Sehsinn zu nennen. Durch das eher geringe Vorkommen des Luchses in Märchen, Sagen und Geschichten (Vgl. WALLNER 1998) ist davon auszugehen, dass die Einstellung von Menschen zu Luchsen nur wenig kulturell vorgeprägt ist. Gleichzeitig führten öffentlichkeitswirksame Diskussionen um eine Rückkehr des Luchses zu einer regelmäßigen Präsenz in den Medien. Verglichen zu anderen großen Raubtieren, v.a. dem Wolf, genießt der Luchs größere Sympathien und weckt weniger Ängste bei der breiten Bevölkerung. Gruppen mit besonderer Betroffenheit (Landwirte, Jäger) sehen im Luchs aber weiterhin einen Konkurrenten bzw. ein Symboltier von konkurrierenden Gruppen.

Weiterführende Literatur:

Kobell, Franz von (1859): Wildanger. Skizzen aus dem Gebiet der Jagd und ihrer Geschichte mit besonderer Rücksicht auf Bayern

Hofrichter, Robert; Berger, Elke (2004): Der Luchs. Rückkehr auf leisen Pfoten

Röhrich, Lutz (2000): Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten.

http://www.luchsprojekt.de/01_portraet/index.html

4.1.10 Rothirsch



Biologie:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Lebensraum: ursprünglich in Offenlandschaften, lange Wanderstrecken (über 100 km in wenigen Tagen); wegen Zerschneidung der Landschaft durch Straßen und Siedlungen, fehlenden Ruhe-zonen und hohem Jagddruck ziehen sich Rothirsche heute in Wälder zurück; in den meisten Bundesländern dürfen Rothirsche nur in amtlich ausgewiesenen Verbreitungsgebieten vorkommen (→ Rotwildgebiete) ○ Nahrung: Wiederkäuer, reiner Pflanzenfresser, vor allem Gräser, auch Kräuter und Knospen, Blätter und Baumrinde, Eicheln und Bucheckern sowie Ackerfrüchte wie Kartoffeln, Rüben, Mais und Hafer, Baumrinde wird „geschält“ ○ Brunftzeit September bis Anfang Oktober; Brunftlaute „Orgeln“, „Röhren“
Symbolik/Aberglauben:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Frühzeitliche Darstellung von Hirschen, z.B. im Rahmen von Höhlenmalerei an mehreren Ort (u.a. Frankreich, Spanien) ○ Wichtiges Symboltier in altweltlichen Kulturen; Symbol des sich immer verjüngenden Lebens, der Kreisläufe und der Neugeburt (Geweih), Hirschgeweih als Symbol der Sonnenstrahlen; in der Antike: Hirsch als Feind der Giftschlangen, Hirschhornpulver als Schutz gegen Zauber (BIEDERMANN 2001)
Märchen, Geschichten, Gedichte, Kunst :	<ul style="list-style-type: none"> ○ In zahlreichen Märchen, Sagen, Geschichten und der Bibel vertreten (Vgl. UTHER 2003) z.B. der weiße Hirsch, der brennende Hirsch, der goldene Hirsch, Goldkinder, der gläserne Sarg; Geschichte des heiligen Hubertus; „röhrende Hirsch“ als Motiv aus der Wildmalerei ○ Seit der Antike Hirschjagd vielfach als Sinnbild für Liebe, Erotik und Suche nach dem anderen Geschlecht
Bekannte Lieder:	<ul style="list-style-type: none"> ○ In vielen Jägerliedern z.B. Ich schieß den Hirsch im wilden Forst, Springt der Hirsch über'n Bach, u.a.
Aktuelle (Medien)Präsenz:	<ul style="list-style-type: none"> ○ in Filmen: z.B. der Hirsch mit dem goldenen Geweih (Märchenfilm), in Heimatfilmen oft als Heimatsymbol, Bambi (Disneyverfilmung) ○ Diskussion um Rotwildmanagement (Rotwildgebiete, Wintergatter, aktuelle Kampagne der Deutschen Wildtierstiftung „Freiheit für den Rothirsch“ etc.)

Sonstiges:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Markensymbol Jägermeister ○ Namensgeber für Gaststätten etc. ○ als Wappentier ○ Jagd: Geweih als Trophäe; Fleischlieferant ○ Hirschhorn als Aphrodisiakum ○ In Jugendkultur („Arschgeweih“, Jägermeister) ○ Bambi (Deutscher Medienpreis)
-------------------	---

Von Bambi bis zum Hirschgeweih im Wohnzimmer, der Rothirsch ist eine Tierart mit einer vielfältigen kulturellen Bedeutung. Seit dem Mittelalter galt Hirschwild als Hochwild, das dem Hohen Adel zur Jagd vorbehalten war. Es galt als edles Tier und der Adel unternahm Maßnahmen um den Hirsch vor Mensch und Tier zu schützen (MENTGES 1991). „Die bevorzugte Behandlung des Hirsches (..) ist keineswegs das Resultat adliger Willkür. Der Adel selbst knüpfte mit seiner Wertschätzung an bereits bestehende Überlieferungen und Symbolsysteme an, in denen der Hirsch und sein weibliches Pendant, die Hindin, mit vielfältigen Bedeutungen versehen waren“ (MENTGES 1991, S. 15).

Auch in Sprichwörtern und Redewendungen ist der Hirsch geläufig. „Laufen, springen, tanzen wie ein Hirsch“ spielt auf die Schnelligkeit des Hirsches an, auch die Bezeichnung „Hirsch“ für Fahrräder und Motorräder ist in Deutschland und Österreich verbreitet (RÖHRICH 2000). Abgelegene Orte werden manchmal als Orte bezeichnet, „wo die Hirsche ihre Geweihe abwerfen“ (Vgl. ebd.).

Weiterführende Literatur:

www.rothirsch.org (Deutsche Wildtier Stiftung)

Mentges, Gaby (1991): Der "König des Waldes" oder der Hirsch im Wohnzimmer. Anmerkung zur Popularisierung eines Tiermotivs

Duve, Karen; Völker, Thies (1999): Lexikon der berühmten Tiere
Deutsches Volksliedarchiv (Freiburg)

Uther, Hans-Jörg (2003): Deutsche Märchen und Sagen

Röhrich, Lutz (2000): Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten

Amann, Gottfried (1991): Säugetiere und Kaltblüter des Waldes

4.1.11 Specht



Biologie:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Vorkommen im Bayerischen Wald: Buntspecht, Schwarzspecht und Grünspecht auch seltene Arten wie den Weißrückenspecht und den Dreizehenspecht (Tierisch wild) ○ Nahrung: hauptsächlich Insekten (durch Aufhacken der Rinde und des Holzes), auch Ameisen und Puppen, Samen ○ Dreizehenspecht: Rote Liste Deutschland: Kategorie R, d.h. extrem selten, Rote Liste Deutschland: Kategorie 1, vom Aussterben bedroht, Bundesnaturschutzgesetz: besonders geschützte Art (Forstliche Versuchs- und Forschungsanstalt Baden-Württemberg)
Symbolik/Aberglauben:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Aberglauben: Specht als Blitzsymbol, wetterankündigende Eigenschaft ○ Schwarzspecht gilt auch als Symbol des Teufels (BECKER 2008) ○ Mythologische Bedeutung bei vielen Völkern (Germanen, Sabiner)
Märchen, Geschichten, Gedichte, Kunst :	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kommt in Sagen und Märchen vor, im Märchen allerdings eher beiläufig z.B. Der Schatzgräber (Volksmärchen der Deutschen in UTHER 2003), Drei Gaugöttinnen (E.L. Rochholtz, Leipzig 1870) ○ Spechte kommen in einzelnen Sagen vor, so aus dem Altertum (Vgl. GATTIKER 1989), sowie aktuelle „Die hartherzige Bäckersfrau“, Der Teufel und die Spechte“, „König Picus“ ○ Tryptichon mit Spechtdarstellungen von Hieronymus Bosch (1450-1516) „Garten der Lüste“
Bekannte Lieder:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kommt in Liedern vor, z.B. Vogelhochzeit; Es piept der Specht am Baume; Da pfeifen die Spechte da tanzen die Knechte (Dt. Volksliedarchiv)
Aktuelle (Medien)Präsenz:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nicht bekannt
Sonstiges:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Schwarz- und Buntspecht als Wappentier ○ Markante Klopfgeräusche ○ Namensgeber des Spessart; Spessart-Brauerei mit Spechtlogo

In Mythen und Sagen verschiedener Völker spielt der Specht oft eine besondere Rolle. Die Germanen verehrten ihn zum Beispiel als speertragenden Gertrudsvogel, die Sabiner als heiligen, dem Mars geweihten Vogel (Vgl. GATTIKER1989). In Märchen kommt der Specht hingegen eher selten vor. Spechte sind durch ihre markanten Klopfgeräusche und ihre interessante Lebensweise allgemein eine recht bekannte und vermutlich auch beliebte Vogelart.

Weiterführende Literatur:

Uther, Hans-Jörg (2003): Deutsche Märchen und Sagen
 Becker, Udo (Hg.) (2008): Lexikon der Symbole
 Gattiker, Ernst; Gattiker, Luise (1989): Die Vögel im Volksglauben
 Amann, Gottfried; Summerer, Claudia; Richter, Paul (1995): Vögel des Waldes

4.1.12 Wolf



<p>Biologie:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Verbreitung: in den letzten 30 Jahren konnten sich durch verstärkte Schutzmaßnahmen einige Wolfsfamilien etablieren, Wölfe erobern langsam Lebensraum in Westeuropa und Deutschland zurück ○ Derzeit Vorkommen in Deutschland in Sachsen, Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Niedersachsen, Hessen und Sachsen-Anhalt ○ Nahrung: Reh- und Rotwild, Wildschweine, auch Kleinsäuger und Vögel ○ Rote Liste Deutschland, Kategorie 0 (ausgestorben) (BfN)
<p>Symbolik/Aberglauben:</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Verschiedene Namensbezeichnungen: Namen wegen der Hundeähnlichkeit z.B. Waldhund, Holzhund; viele alte Bezeichnungen für den Wolf spielen auf seine „Schädlichkeit“ an z.B. Untier, Unflat, das böse Ding; Namen nach Herkunft: Waldräuber, Heidetier etc. (Vgl. BÄCHTOLD-STÄUBLI 2006) ○ In Natursagen gilt der Wolf oft als Geschöpf eines bösen Dämons (vgl. ebd.) ○ Nutzung des Wolfes als Wappentier für Familien und Gebietskörperschaften (z.B. Lkrs. Freyung-Grafenau, Passau, etc.) ○ Das Wesen des Wolfs wird im Handwörterbuch deutschen Aberglaubens als wild, mordlustig, grausam bezeichnet (ebd.)

Märchen, Geschichten, Sagen, Gedichte, Kunst :	<ul style="list-style-type: none"> ○ Im Märchen: meist Darstellung als Räuber und Mörder, gieriger Fresser, listig, in Sagen erhält der Wolf oft den altdeutschen Helldennamen Isegrimm z.B. Rotkäppchen, Der Wolf und die sieben Geißlein, der Wolf und der Mensch, der Wolf und der Fuchs (Grimm: Kinder- und Hausmärchen. Deutsche Märchen und Sagen) und in vielen weiteren Märchen und Sagen über und mit dem Wolf (siehe Datenbank Deutsche Märchen und Sagen), die drei kleinen Schweinchen (engl. Märchen) ○ In modernen Märchen auch als Werwolf, d.h. Mischwesen aus Mensch und Wolf, bzw. Gestaltwandel von Menschen in (teilweise) Wolfsgestalt
Bekannte Lieder:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Zahlreiche Lieder z.B. Das vom Wolfe geraubte Kind; Ich schieß den Hirsch im wilden Forst; Ein Lämmlein trank vom Frischen; Wolfslied (Astrid Lindgren) → Wolf wird meist als Bedrohung dargestellt (Quelle: Deutsches Volksliedarchiv Freiburg)
Aktuelle (Medien)Präsenz:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Diskussion um Rückkehr des Wolfs ○ Filme: Wolfsblut, Dschungelbuch, Der mit dem Wolf tanzt (1990), Wenn die Wölfe heulen, Kim und die Wölfe → vermitteln eher positives Wolfsbild; aber auch Schreckensfilme wie z.B. Werwolf, the Wolfman, Gestalt in Harry Potter, u.a.
Sonstiges:	<ul style="list-style-type: none"> ○ „der böse Wolf“ als überholter Kinderschreck (Lexikon berühmter Tiere) ○ Lexikon deutscher Sprichwörter und Redensarten: „Sich bessern wie ein junger Wolf“ steht ironisch für schlimmer werden; „Ein Wolf im Schafspelz“ wird nach Matth. 7,15 ein Scheinheiliger genannt; „jeder ist des anderen Wolf“ bedeutet jeder denkt nur an sich, an seinen eigenen Vorteil (lat. homo homini lupus) ; „mit den Wölfen heulen“ gilt geläufig als sich jeder Umgebung anpassen. ○ Verwendung des Wolfsbildes im „Dritten Reich“: Wolf als Titel für Hitler, bzw. Beinamen für Orte, Waffengattungen und Organisationen (Wolfsschanze, 'Wolfsrudel' von U-Booten, Organisation Werwolf)

Der Wolf hat auch nach der Ausrottung zwischen dem 17. und 18. Jahrhundert seine Spuren in Sagen, Märchen, Geschichten, Personen und Ortsnamen, Kunst und Wappen hinterlassen (Vgl. SCHERF 2001). Auch viele bayerische Ortsnamen beziehen sich auf den Wolf z.B. Wolfau, Wolfgrub. In Sagen rund um den Wolf wird dieser meist verteufelt und verspottet und nicht mehr als Götterwesen und Mitgeschöpf betrachtet. Bräuche wie das „Wolfauslassen/austreiben“ werden in einigen Orten des Bayerischen Waldes nach wie vor gepflegt.

In der Mythologie der Griechen, Römer, Ägypter, Germanen und Kelten tauchen Wölfe als göttliche, verehrte und teilweise auch gefürchtete Wesen auf (SCHERF 2001). Auch die Vorstellung, dass sich Menschen in Tiere verwandeln können, hat sich wie Sagen und Märchen zeigen, lange gehalten. Wolfskinder als von Wölfen aufgezogene Kinder kommen in der keltischen und germanischen Mythologie und in antiken Sagen vor z.B. in der Sage „Der Werwolf vom Kindlstein“. Auch in dem 1894 erschienenen „Dschungelbuch“ von Rudyard Kipling wird der Junge Mogli von Wölfen großgezogen.

Ab dem späten Mittelalter und der frühen Neuzeit überwiegt in Mitteleuropa und auch in Bayern ein negatives Wolfsbild, der Wolf gilt als Bestie und Untier (SCHERF 2001). Durch die wachsende Bevölkerung entstanden zunehmend Nutzungskonflikte und der Wolf musste oft als Sündenbock herhalten.

Interessant sind auch die Ergebnisse einer Studie aus der Schweiz von CALUORI und HUNZIKER (2001), die drei in der Schweiz vorherrschende von gesellschaftlichen Rahmenbedingungen geprägte Wolfsbilder (traditionaler Wolfsgegner, postmoderner Wolfsfreund, ambivalenter Wolfsfreund) beschreiben.

Weiterführende Literatur:

Scherf, Gertrud (2001): Wolfsspuren in Bayern : Kulturgeschichte eines sagenhaften Tieres

Caluori, Urban; Hunziker, Marcel (2001): Der Wolf: Bedrohung und Lichtgestalt – Deutungsmuster in der Schweizer Bevölkerung

König, Bettina (2010): Die Darstellung des Wolfsbildes im Kontext geschichtlicher Entwicklungsprozesse – eine wissenschaftliche Analyse am Beispiel ausgewählter Printmedien seit 1873.

4.2 Ergebnisse der qualitativen Interviews

4.2.1 Bekanntheit der Initiative

Von den befragten Besuchern der Nationalparkregion Bayerischer Wald kannte nur einer von sieben Touristen die *Tierisch wild*-Initiative. Die Analyse der Bekanntheit der Initiative war nicht primäres Ziel der vorliegenden Untersuchung, dennoch zeigen die Ergebnisse dieser Vorstudie, dass die *Tierisch wild*-Initiative von den befragten Besuchern kaum wahrgenommen wurde. Unter den Einheimischen kannten drei von sechs befragten Personen die Initiative. Die befragten Einheimischen waren überwiegend sehr Nationalpark affin bzw. sind teilweise auch im Nationalpark beschäftigt (Waldführer, Käferbaum-Suche) und reagierten, sofern die Initiative bekannt war, positiv auf die Initiative und messen ihr eine wichtige Bedeutung bei, besonders für den Tourismus fördernden Aspekt. Grundsätzlich besteht hier weiterer Forschungsbedarf zu Bekanntheit und Wirkung der *Tierisch wild* Initiative.

4.2.2 Einstellung zu Wildtieren – Faktoren

Anhand der qualitativen Befragung zu den *Tierisch wild* – Tierarten konnten Faktoren ermittelt werden, die die Haltung und Einstellung von den befragten Personen gegenüber den untersuchten Tierarten beeinflussen. Es wurde deutlich, dass zum einen das äußere Erscheinungsbild der Tierarten eine wichtige Rolle spielt, zum anderen aber auch, dass der persönliche Bezug und persönliche Erlebnisse mit der Tierart die Einstellung prägen können.

Beispiele aus den Interviews:

„Also den tue ich mal ganz auf die Seite, weil so einer hatten wir letztens beim Wandern war der auf dem Weg und hat uns nicht vorbeigelassen, das war der Auerhahn“ (Interview Tourist B3, Absatz 78)

I: „Warum sind gerade die drei Lieblingstiere?“ B2: „Die Fledermaus haben wir daheim“ (Interview Tourist B2, Absatz 19)

Außerdem hat sich bestätigt, dass die Seltenheit von Tierarten ein weiterer Faktor ist, der Tierarten für Menschen faszinierender und interessanter wirken lässt.

„Luchs, Bär, Fischotter, Wolf weiter vorne als der Hirsch, weil der eher gewöhnlich ist, und die eher, zumindest bei uns eher selten, oder was Besonderes sind“ (Interview Tourist B11)

Ein weiterer Punkt ist das tatsächliche Vorkommen der Tierart.

„Bär, gut, habe ich keine Beziehung dazu, gibt es bei uns nicht“ (Interview Tourist B3, Absatz 78).

„der Luchs ((wurde als eines der beliebtesten Tiere eingeordnet)), weil er wieder angesiedelt ist im Bayerwald“ (Interview Einheimischer B6).

Bei der Bildung von Einstellungen gegenüber verschiedenen Tierarten spielen Faktoren wie Alter, Geschlecht, Bildung, Wohnort sowie die individuelle Haltung und Sichtweise zu Natur und Wildnis eine Rolle (Vgl. Kapitel 2). Die folgende Tabelle dient als Übersicht der Einstellungstypen nach KELLERT (1980), die den befragten Personen zugeordnet werden konnten.

Tabelle 3: Typisierung der Einstellungen der befragten Personen zu Natur und Tieren nach Kellert (1980)

<i>Einstellung</i>	<i>Einordnung von Aussagen befragter Personen</i>	<i>Beispiel</i>
naturalistisch	B1, B4, B5, B6, B8, B9, B12,	„Ich bin gerne in der Natur und sehe auch gerne Tiere und schaue wenn es irgendwo was zu sehen gibt“ (B12, Absatz 458)
ökologistisch	B7, B11	„Ich steh auch nicht so auf Haustiere, also ich finde Tiere in der Wildnis toll, aber ansonsten nicht so eine persönliche Beziehung, also eher pragmatisch, ich finde das wichtig, dass in dem Ökosystem auch Tiere vorkommen“ (B11, Absatz 419)
humanistisch	B5	„Ich habe auch selber Pferde (...)“ (B5, Absatz 163)
moralistisch	-	
wissenschaftlich	B11, B14	„ich bin gerne draußen, aber Natur sehe ich dann eher auch mit Pflanzen und Landschaft als mit Tieren und beruflich professionell“ (B14, Absatz 524) [auch ökologistisch]
ästhetisch	B4	„Ich finde die alle schön (...) Tiere sind ja immer schön“ (B4, Absatz 103)
utilitaristisch	B1	„Wir haben auch selber Landwirtschaft gehabt“ (B1, Absatz 58)
dominierend	-	
negativistisch/neutralistisch	-	

Grundsätzlich ist die Zuordnung von Einstellungstypen bei den befragten Personen nicht eindeutig vorzunehmen. Einige Aussagen lassen darauf schließen, dass sich die Sichtweisen der befrag-

ten Personen aus mehreren Einstellungstypen zusammensetzen. Dennoch lässt sich die Tendenz erkennen, dass die meisten der befragten Personen einen naturalistischen Zugang zu Natur haben. Als naturalistisch beschreiben KELLERT und BERRY (1980) Einstellungen, die Interesse und Zuneigung für (Wild)Tiere, Natur und Aktivitäten in der Natur ausdrücken.

4.2.3 Die *Tierisch wild*-Tierarten nach Beliebtheit

Bei der Frage nach der Beliebtheit einzelner Tierarten können favorisierte Arten aufgezeigt werden. In diesem ersten Befragungsdurchgang konnten keine maßgeblichen Unterschiede zwischen den beiden Zielgruppen ermittelt werden, es ist jedoch davon auszugehen, dass bei einer breiteren Erfassung (z.B. mit Fokus auf „kritische“ Bevölkerungsgruppen) der Einstellungen zu Tierarten die Ergebnisse stärker variieren können. Während dieser ersten Untersuchungsphase zeichneten sich Luchs, Bär und Wolf als besonders beliebte Tierarten aus. Auch die Eule, Falke und Specht wurden häufig als interessante, charismatische Tierarten betitelt, jedoch in der Reihenfolge meist nach den drei eben genannten Säugetieren. Als weniger interessant und neutral beurteilt wurden Auerhuhn und Birkhuhn, wenn auch die Auerhahn-Balz von einigen als spannendes Ereignis genannt wurde. Generell wurden meist alle Tiere grundsätzlich als sympathisch, positiv und wichtig bezeichnet. Abneigung und Ablehnung hingegen wurde während der Interviews nur gegenüber der Kreuzotter deutlich.

Beliebtheit (Tendenz)

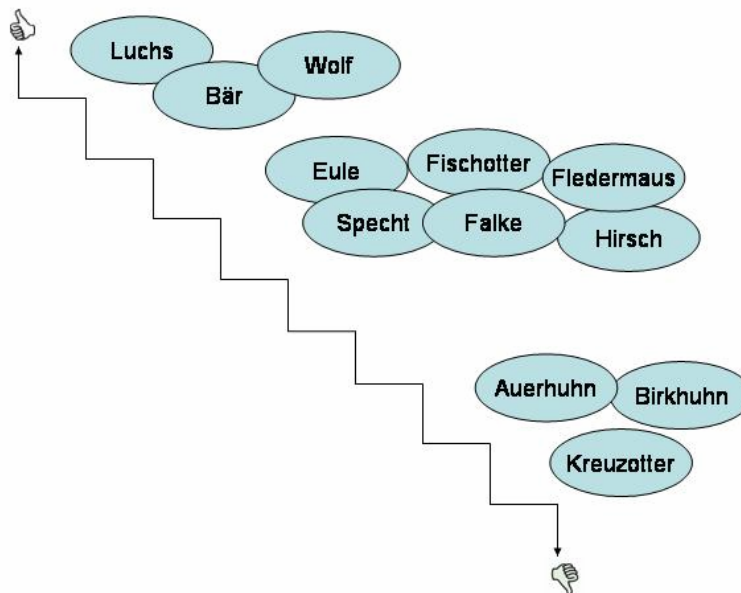


Abbildung 2: Darstellung der Ergebnisse zur Beliebtheit der *Tierisch wild* Tierarten

4.2.4 Regionale Bedeutung der Tierarten

Der Luchs wurde in fast allen Interviews als besonders repräsentativ für die Nationalparkregion Bayerischer Wald genannt. An zweiter Stelle wurde bei der Frage nach der Verbindung einzelner Tierarten mit der Region mehrmals der Hirsch aufgeführt. Generell wurden die tatsächlich im

Nationalpark oder/und in der Nationalparkregion vorkommenden Tierarten als besonders mit der Region verbundene Tiere dargestellt, wobei das Wissen darüber, welche der 12 Tierarten im Bayerwald vorkommen bei den Befragten häufig mit Unsicherheiten verbunden war.

4.2.5 Kenntnisstand zu einzelnen Tierarten

Die Kenntnisse zu den Tierarten wurden im Allgemeinen als gering beschrieben. Ausnahmen bildeten hier zwei Befragte, die im Nationalpark als Waldführer tätig sind. Über die Säugetiere, die bei dem Punkt der Beliebtheit vorne lagen, wurde der Kenntnisstand von einigen der Befragten tendenziell als besser eingestuft. Aussagen wie „über Braunbären (...) hat man auch schon oft wilde Geschichten gelesen“ (Interview Tourist B1) oder „die Säugetiere, Luchs, Bär und Wolf (sind) vor allem mehr durch Medien und sonstiges Interesse (bekannt). Das sind ja auch so ein bisschen die Arten, die meiner Ansicht am markantesten sind“ (Interview Tourist B14) zeigen, dass die Medienpräsenz sowie die Präsenz einzelner Tierarten in Märchen und Geschichten den Wissensstand zu den Arten, wenn auch auf unsachliche Weise, beeinflussen. Die Bekanntheit bzw. die Nicht-Bekanntheit der *Tierisch wild* Tierarten gab ebenfalls Aufschluss über den Wissensstand der befragten Personen. Erkennungsschwierigkeiten bestanden vor allem bei den beiden Waldhühnern Auerhuhn und Birkhuhn. Auch der Fischotter wurde nicht von allen Befragten eindeutig erkannt, genauso der Falke und die Kreuzotter. Wenige Probleme gab es hingegen bei Bär, Luchs, Hirsch, Eule, Specht und Wolf.

Interessant sind die Ergebnisse der Frage nach der Gefährlichkeit von den Tierarten. Hier wurden alle 12 Tierarten meist, als bei richtigem Verhalten für den Menschen ungefährlich eingeordnet. In Kreuzotter, Bär und Wolf sehen einige der Befragten dennoch eine potenzielle Gefahr für den Menschen. Die Einschätzung der potenziellen Gefährlichkeit in Abhängigkeit von richtigen Verhaltensweisen zeigte jedoch zudem, dass Kenntnisse über die Arten vorliegen und bei den befragten Personen keine grundlegende Angst- und Abwehrhaltung z.B. gegenüber Raubtieren zu erkennen ist.

4.2.6 Assoziationen und Bezug zur kulturellen Bedeutung der Tierarten

Bei den spontanen Assoziationen zu den 12 Tierarten wurde deutlich, dass die Wahrnehmung der Tierarten zum Teil kulturell vorgeprägt ist. Die Eule wurde zum Beispiel mit den Adjektiven „weise“ oder „mystisch“ beschrieben, die Fledermaus als „unheimlich“. Die in den Interviews genannten Assoziationen geben darüber hinaus Auskunft über die persönliche Haltung zu der Tierart.

Die in Tabelle 4 dargestellten Assoziationen zu den Tierarten zeigen, welche Arten tendenziell positive Reaktionen und Assoziation auslösten und bei welchen Arten auch negative Verknüpfungen gemacht wurden.

Bei der Betrachtung der Ergebnisse muss berücksichtigt werden, dass bei der Frage nach freien Assoziationen zu 12 Tierarten geantwortet werden sollte. Den befragten Personen fiel es in der Regel schwer, zu jeder Tierart Assoziationen oder Schlagwörter zu finden. Die Tabelle liefert daher lediglich einen Überblick über die in den Interviews genannten Assoziationen. Die Frage

wurde zudem nicht von allen Befragten beantwortet. Einige Befragte hatten Hemmnisse intuitiv Adjektive oder Schlagwörter mit den Tieren zu verbinden.

Tabelle 4: Übersicht Assoziationen zu den Tierisch wild- Tierarten²

Tierart	Assoziationen
Auerhuhn	interessant; imposant; Balz; Bier
Birkhuhn	arrogant; Grasland
Luchs	intelligent, elegant (2), katzenförmig, katzenähnlich, schön (3), wild(2), muss geschont werden, flink, schlau (2), zahm, rar, niedlich, süß, leise
Wolf	wild, Wappentier Freyung, wilder Hund (2), gefährlich, scheu,
Bär	kuschelig (3), zottelig, putzig, mächtig (3), groß, steht für Grafenau, gutmütig, machtvoll, gefährlich, grummelig, Einzelgänger, stark,
Fischotter	allerliebste, niedlich, putzig, gefährlicher Jäger, schön, kauzig, witzig, Wasser
Hirsch	imposant (2), beängstigend (Röhren), majestätisch (2), schön, männlich, Braten,
Eule	uralte Symbolik, mystisch, weise (2), zart, schlau, nachtaktiv, stylisch
Falke	flink (2), griesgrämig, frei,
Specht	emsig, fleißig, interessant, Altholz
Fledermaus	unheimlich, Dracula-Filme, schreckhaft, Batman,
Kreuzotter	falsch, gefährlich, scheu, hinterlistig, fies, gemein, warm

² Die Zahlen in den Klammern stehen für die Anzahl an Personen, die den Begriff genannt haben.

5 Eignung von Tierarten für Umweltkommunikation und Regionalmarketing

Grundsätzlich ist die Bewertung von Tierarten nach ihre Eignung zur Kommunikation von bestimmten Inhalten davon abhängig, welche Inhalte transportiert und welche Zielgruppen erreicht werden sollen. Im Fall der *Tierisch wild*-Initiative sollen mit dem Programm verschiedene Ziele (Tourismusförderung, Stärkung der Gemeinschaft zwischen den Gemeinden, Akzeptanz für Natur- und Artenschutzmaßnahmen des Nationalparks erhöhen) erreicht und verschiedene Zielgruppen (Touristen, Einheimische) angesprochen werden. Hier ist zu vermuten, dass es durch die Marketingmaßnahmen der Initiative und auch durch die Auswahl der Tierarten nicht möglich ist, alle gewünschten Ziele in gleichem Maße zu erreichen. Es ist weiter zu prüfen, ob der Versuch mit der Initiative viele unterschiedliche Ziele zu erreichen, zu Problemen bzw. geringerer Zielerreichung führen kann. Dies sollte besonders im Hinblick auf die Verwendung von Patentierarten geschehen, um deren Management es im Bayerischen Wald bestehende regionale Konflikte gibt. Weiterhin sollte genauer untersucht werden, ob sich für die Erreichung der Ziele der Tourismusförderung die gleichen Tierarten wie zur Erreichung von natur- und artenschutzpolitischen Zielen des Nationalparks eignen.

Die folgende Tabelle 5 gibt einen Überblick über die *Tierisch wild* -Tierarten nach Kriterien zur Eignung als Flaggschiffarten³ nach BOWEN-JONES und ENTWISTLE (2002). Die dargestellten Ergebnisse basieren auf Daten aus Literaturrecherche und auf Daten der qualitativen Interviews.

³ Das Flaggschiffarten-Konzept bezieht sich hauptsächlich auf die Auswahl von (Tier)Arten für die Erreichung von Natur- und Artenschutzzielen bzw. ist Teil von *conservation* Strategien (Vgl. ANDELMAN, FAGAN 2000; WALPOLE und LEADER-WILLIAMS 2002). Im Fall der Tierisch-wild Initiative sind die Ziele breiter angelegt, die Initiative soll neben Naturschutzzielen zudem Regionalmarketing und Tourismus fördern. Aus diesem Grund wurden für die Bewertung der Tierarten nur einige, aus Sicht der Verfasserin für diese Studie relevante Kriterien von BOWEN-JONES und ENTWISTLE (2002) aufgegriffen und die Auflistung durch die Kategorie „Konflikte“ ergänzt.

Tabelle 5: Übersicht der Tierisch-wild Tierarten anhand von Kriterien zur Eignung als Flaggschiffarten (nach BOWEN-JONES und ENTWISTLE)

	Lokales Vorkommen	Seltenheit/Schutzstatus (Rote Liste Bayern 2003)	Bekanntheit und Wiedererkennungspotential	Charisma	Kulturelle Bedeutung ⁴	Konflikte (Wildtiermanagement)
Auerhuhn	✓	Kategorie 1 (Vom Aussterben bedroht)	gering/mittel	gering/mittel	gering/mittel	vorhanden
Bär		Kategorie 0 (Ausgestorben)	hoch	hoch	hoch	vorhanden
Birkhuhn	✓	Kategorie 1	gering	gering	gering	vorhanden
Eule	✓	Einige Arten bereits ausgestorben (Zwergohreule, Sumpfohreule); Kategorie 1: Steinkauz Kategorie 2 (stark gefährdet): Habichtskauz	hoch	hoch	hoch	Keine bekannt
Falke	✓	Kategorie 2: Rotmilan Kategorie 3 (gefährdet): Wanderfalke, Schwarzmilan	mittel/hoch	mittel	mittel/hoch	vorhanden
Fischotter	✓	Kategorie 1	mittel	mittel/hoch	gering	vorhanden
Fledermaus	✓	Kategorie 1: Große Hufeisennase, kleine Hufeisennase; Kategorie 2: große Bartfledermaus, Mopsfledermaus, Wimperfledermaus, Zweifarbfledermaus Kategorie 3: Bechsteinfledermaus, Breitflügelfledermaus, Fransenfledermaus, Rauhautfledermaus, Kategorie V (Vorwarnliste): Großes Mausohr	hoch	gering/mittel	hoch	Nicht bekannt
Kreuzotter	✓	Kategorie 2	mittel/hoch	gering	Kreuzotter: gering; Schlangen: hoch	Nicht bekannt
Luchs	✓	Kategorie 1	hoch	hoch	gering	vorhanden
Rothirsch	✓	Keine Gefährdung gesehen (Vgl. VOITH 2003)	hoch	hoch	hoch	vorhanden (!)
Specht	✓	Kategorie 2: Dreizehenspecht, Weißbrückenspecht, Kategorie 3: Grauspecht, Kategorie V: Grünspecht, Kleinspecht, Mittelspecht, Schwarzspecht	mittel/hoch	mittel	mittel	Nicht bekannt
Wolf	×	Kategorie 0 (Ausgestorben)	hoch	hoch	hoch	vorhanden

■ = Daten aus Literaturanalyse; ■ = Daten aus qualitativen Interviews; ■ = Recherche und Experteneinschätzung

⁴ Repräsentanz (quantitativ) in Märchen, Sagen, Geschichten, Filmen, Liedern.

Eignung von Tierarten für Ziele des Regionalmarketing

Als schon jetzt besonders geeignet können charismatische, einer breiten Öffentlichkeit bekannte Tiere bezeichnet werden, die aufgrund von ihrer Seltenheit, Besonderheit oder Ästhetik das Interesse von Menschen besonders ansprechen. Die Erlebbarkeit oder zumindest das tatsächliche Vorkommen der Tierart vor Ort spielt vermutlich zudem eine wichtige Rolle. In der Nationalparkregion Bayerischer Wald kann vor diesem Hintergrund der Luchs als für Tourismusmaßnahmen besonders geeignete Tierart identifiziert werden, da er als charismatische Tierart („Sympathieträger“) wahrgenommen wird, durch seine Seltenheit besonders ist, er aber in der Region vorkommt. Es ist anzunehmen, dass die Einstellung von Menschen gegenüber dem Luchs wenig kulturell vorgeprägt ist, da er in Märchen, Geschichten, Sagen und Liedern kaum auftaucht und ihm dahingehend kein negatives Image anhaftet. Die Ergebnisse der Interviews zeigen, dass der Luchs in der Regel nicht als gefährlich eingestuft wird.

Auch Wolf und Bär sind Tierarten, die breites Interesse hervorrufen, allerdings gibt es in der Region Bayerischer Wald bisher keine lokalen Populationen. Wolf und Bär sind Tierarten mit einer großen Präsenz in Märchen, Geschichten, Sagen und Liedern. Auch in aktuelleren Büchern, Kinderbüchern oder Filmen tauchen Bär und Wolf immer wieder auf (siehe Kapitel 4.1.2 und 4.1.12). Während der Wolf in der Geschichte ein negatives Image erhalten hat, ist der Bär kulturell deutlich positiver vorgeprägt. Für den Gebrauch der Tierarten als „Flaggschiffe“ für Tourismus und Regionalmarketing ist die kulturelle, zum Teil negative Vorprägung nicht prinzipiell als schlecht zu bewerten. Sie bietet „Angriffsfläche“ für Marketingmaßnahmen wie Ausstellungen, Filmvorführungen etc. zu der jeweiligen Tierart. Durch die hohe Medienpräsenz und Präsenz in Märchen, Sagen, Geschichten und Liedern sind Bekanntheitsgrad und öffentliches Interesse an den Tierarten als hoch einzustufen.

Grundsätzlich ist bei den Arten Luchs, Wolf und Bär zu beachten, dass ihre Rückkehr (natürlich oder wiederangesiedelt) oft mit Konflikten zwischen verschiedenen betroffenen Akteursgruppen (Landnutzer, Naturschutz, Nationalpark, Politik, Tourismus) einhergeht.

Auch beim Rothirsch bestehen Konflikte um das Rotwildmanagement im Bayerischen Wald. Die Verwendung von konfliktbehafteten Tierarten als Patentierarten bestimmter Ortschaften ist kritisch zu bewerten bzw. bedarf besonders behutsamer und bedachter Öffentlichkeitsarbeit. Da der Nationalpark Bayerischer Wald die Tierisch wild Initiative unterstützt und selbst Ziele mit der Initiative verfolgt (z.B. Akzeptanzsteigerung für Naturschutzziele des Parks bei Touristiker*innen und Einheimischen) ist zu beachten, dass verstärkte Werbung mit konfliktträchtigen Tierarten bei Teilen der Bevölkerung (z.B. Kritiker von Rotwildmanagement des Nationalparks, Gegner von Wiederansiedelungen von Raubtieren) zur Verstärkung der Abwehrhaltung gegenüber Natur- und Artenschutzmaßnahmen führen könnte. Dies ist auf die Theorie der psychologischen Reaktanz (Vgl. BREHM 1981) zurückzuführen. Verstärkte Kommunikationsmaßnahmen mit Konfliktarten könnten von Gegner-Gruppen als Einengung des Freiheitsspielraumes wahrgenommen werden (Vgl. RAAB und UNGER 2005). Die Tierarten werden bei derartigen Konflikten häufig zum Symbol einer Auseinandersetzung, bei der es im Kern weniger um die Tierart an sich geht, als vielmehr um grundsätzliche Differenzen zwischen verschiedenen Akteuren. Konflikte bewegen sich dann zunehmend auf der Beziehungsebene anstatt auf der Sachebene (GLASL 2010).

Die Arten Eule, Falke, Specht, Fischotter und Fledermaus können für Zwecke des Regionalmarketings vermutlich gut eingesetzt werden. Besonders Eulen lösen meist positive Reaktionen und Faszination aus. Die Eule mit ihrer vieldeutigen Symbolik und tiefen kulturellen Verwurzelung bietet viele Anknüpfungspunkte für Tourismusprogramme. Auch die Fledermaus ist bekannt aus Geschichten und Filmen, hat allerdings daher ein eher „unheimliches“ Image, das oftmals mehr auf Fiktion anstatt auf Fakten begründet ist. Gerade dieses Image macht die nachtaktive Fledermaus aber auch zu einer sehr interessanten und publikumswirksamen Art, die, wie die bereits umgesetzten Projekte im Fledermaus-Dorf Rinchnach zeigen, zahlreiche Möglichkeiten für touristische und Umweltbildungsangebote bietet. Der Specht löst, wie die Ergebnisse der Interviews zeigen, positive Assoziationen aus. Die gut mögliche Erlebbarkeit des Vogels (Beobachtung, Hören) zeichnet den Specht außerdem als geeignete Tierart für Umweltkommunikation aus. Auch der Fischotter wurde positiv assoziiert. Bei den Recherchen zu der kulturellen Bedeutung der *Tierisch Wild*-Arten konnte über den Fischotter kaum Information ermittelt werden. Die wenige Präsenz in Medien und Kulturgeschichte könnte eine Erklärung für die eher geringe Bekanntheit des Otters sein.

Bislang noch wenig beliebt und/oder wenig bekannt bei den befragten Besuchern sind die Arten Kreuzotter, Birkhuhn und Auerhuhn. Besonders das Birkhuhn wurde überwiegend als neutral bezeichnet und war den meisten Befragten nicht bekannt und es fehlt der Bezug zu dieser Art. Bei der Kreuzotter hingegen ist das Verhältnis sehr ambivalent. Von totaler Abneigung bis zu Faszination lösen Schlangen sehr unterschiedliche Reaktionen aus. Dennoch wird die Kreuzotter kaum mit der Region Bayerischer Wald assoziiert und erfreut sich keiner sonderlich großen Beliebtheit. Beim Auerhuhn wurde die Balz als interessantes Ereignis erwähnt, trotzdem ist Bekanntheit und Beliebtheit des Waldhuhns als eher niedrig einzuordnen. Unter welchen Umständen und mit welchen Instrumenten es möglich ist, relativ unbekannte oder unbeliebte Tierarten als Flaggschiffarten für Regionalmarketing und Tourismus einzusetzen, bleibt zu klären.

Eignung von Tierarten für Umweltkommunikation

Das Ziel der Aufklärung über die heimische Tierwelt der Nationalparkregion kann prinzipiell mit allen Tierisch wild- Tierarten erreicht werden. Das tatsächliche Vorkommen der Tierart ist hierbei sicher förderlich. Faszination und Interesse an den einzelnen Tierarten können stark variieren. Tierarten, die sich großer Beliebtheit erfreuen bzw. als interessant wahrgenommen werden, bieten vermutlich einfacher Anknüpfungspunkte für Aufklärungsarbeit zur heimischen Tierwelt als Tierarten mit geringerem Wiedererkennungswert und geringerer Beliebtheit. Wie oben bereits erwähnt, ist bei Tierarten um deren Management sich regionale Konflikte gebildet haben ein besonders sensibles Vorgehen erforderlich. Dies gilt besonders bei Konflikten in die der Nationalpark involviert ist (z.B. Rotwildmanagement). Um eine Bewertung von Tierarten für ihre Eignung als Flaggschiffart zu erlangen, eignen sich die in Kapitel 2 aufgeführten Kriterien von BOWEN-JONES und ENTWISTLE (2002).

6 Fazit und Ausblick

Im Rahmen dieser Untersuchung wurden die *Tierisch wild*-Tierarten auf ihre Symbolik und ihre kulturelle Bedeutung hin untersucht. Hierbei wurde deutlich, dass diese bei den verschiedenen Tierarten sehr unterschiedlich stark ausgeprägt ist, und die Einstellungen von Menschen gegenüber den Wildtierarten vermutlich in variierendem Ausmaß beeinflusst. Es ist anzunehmen, dass die Vorprägung aufgrund der Präsenz der Tierarten in Märchen, Sagen, Geschichten, Religion, Filmen, Liedern und Kunst grundsätzlich ein beeinflussender Faktor für die Einstellungsentstehung gegenüber Tierarten ist.

Die Bewertung der Eignung der *Tierisch wild* -Tierarten für Regionalmarketing und Umweltkommunikation ist abhängig von einzelnen Zielen der Initiative und der jeweiligen Zielgruppe (Touristen, Einheimische, Alter, Geschlecht). Während für den Einsatz der Tierarten zu Zwecken der Regionalvermarktung vermutlich verstärkt die Öffentlichkeitswirksamkeit von Tierarten im Vordergrund steht, spielen beim Einsatz in der Umweltkommunikation zudem die Möglichkeiten zum Transport von naturschutz- und umweltpolitischen Themen eine Rolle. Hier ist auch die besondere Beachtung von regionalen Konflikten notwendig, um die bereits erwähnte Reaktanz - Problematik zu vermeiden. Es ist anzunehmen, dass Werbung und Öffentlichkeitsarbeit mit Tierarten, die sich für die Ziele der Regionalvermarktung gut eignen nicht unbedingt im Sinne der Interessen und Ziele des Nationalparks ist. Zu dieser Thematik besteht jedoch weiterer Forschungsbedarf. Während dieser Vorstudie wurden in den Interviews ausschließlich dem Nationalpark gegenüber positiv eingestellte Personen befragt. Für eine weiterführende Untersuchung wäre es daher sehr aufschlussreich den Fokus auf Nationalpark-kritische Einheimische zu lenken und deren Sichtweise zu den verschiedenen Tierarten und zur *Tierisch wild*- Initiative zu erfassen. Darüber hinaus kann die kulturelle Bedeutung zu den Tierarten weiterführend untersucht werden, eventuell mit Schwerpunkt auf die regionale kulturelle Bedeutung der einzelnen Tierarten. Einen weiteren zu untersuchenden Aspekt stellt die Bedeutung des „kulturellen Rucksacks“ der einzelnen Tierarten für die Bildung von Einstellungen gegenüber diesen, dar. Empfehlenswert wäre daher eine umfangreiche quantitative Studie zu Einstellungen verschiedener Zielgruppen (Einheimische, Touristen) gegenüber den *Tierisch wild*-Tierarten, die dabei den Aspekt der kulturellen Bedeutung und Symbolik der Tierarten aufgreift. Für die weiterführende Evaluation der *Tierisch wild*-Initiative sind zudem Befragungen mit Touristikern und Akteuren der Initiative erforderlich.

Literaturverzeichnis

- AMANN, G.(1991): Säugetiere und Kaltblüter des Waldes. Taschenbildbuch der beachtenswertesten Würmer, Schnecken, Gliederfüssler (ohne Kerfe), Lurche, Kriechtiere, Fledermäuse, Insektenfresser, Nager, Raubtiere und Paarhufer des mitteleuropäischen Waldes ; mit Textteil über deren Bau und Leben. Neuaufl. Augsburg: Natur-Verl.
- AMANN, G.; SUMMERER, C.; RICHTER, P. (1995): Vögel des Waldes. Taschenbildbuch der beachtenswertesten Vögel des mitteleuropäischen Waldes, ihrer Eier, Nester und Federn ; mit Textteil über Bau und Leben. 5., unveränd. Aufl. Augsburg: Naturbuch-Verl.
- ANDELMAN, S.; FAGAN, W. (2000): Umbrellas and flagships: Efficient conservation surrogates or expensive mistakes? In: Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, Jg. 97, H. 11, S. 5954–5959. Online verfügbar unter <http://www.pnas.org/content/97/11/5954.abstract>.
- BÄCHTOLD-STÄUBLI, H. (2006): Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens. Berlin: Directmedia-Publ. (Digitale Bibliothek, 145).
- BAKER, S. (1993): Picturing the beast. Animals, identity, and representation. Urbana: University of Illinois Press.
- BECKER, U. (Hg.) (2008): Lexikon der Symbole. 8. Aufl. Freiburg: Herder (Herder-Spektrum, 4870).
- BENKER, G. (1995): Eule und Mensch. Die Nachtgeister und ihre Symbolik. 2. Aufl. Freiburg i. Brsg.: Eulen-Verl.
- BFN: Bundesamt für Naturschutz. Online verfügbar unter <http://www.bfn.de/>, zuletzt geprüft am 15.12.2010.
- BIEDERMANN, H. (2001): Knaurs Lexikon der Symbole. Mit über 600 Abbildungen. [Elektronische Ressource]. Berlin: Directmedia Publ. (Digitale Bibliothek, 16).
- BJERKE, T.; ODEGARDSTUEN, T.; KALTENBORN, B. (1998): Attitudes toward Animals Among Norwegian Children and Adolescents: Species Preferences. In: Anthrozoos: A Multidisciplinary Journal of the Interactions of People and Animals, Jg. 11, S. 227–235.
- BOWEN-JONES, E.; ENTWISTLE, A. (2002): Identifying appropriate flagship species: the importance of culture and local contexts. In: Oryx, Jg. 36, H. 02, S. 189–195.
- BRAUN, M.; FRIEDRICH, A.; KRETZSCHMAR, F.; NAGEL, A. (2008): Fledermäuse - faszinierende Flugakrobaten: LUBW Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz Baden-Württemberg.
- BREHM, S.; BREHM, J. (1981): Psychological reactance. A theory of freedom and control. New York, NY: Acad. Press.
- BROCKHAUS: Brockhaus Enzyklopädie - Charisma. Online verfügbar unter http://www.brockhaus-encyklopaedie.de/be21_article.php, zuletzt geprüft am 08.01.2011.

- BUND: Eulen - BUND für Umwelt und Naturschutz Deutschland. Online verfügbar unter http://www.bund.net/bundnet/themen_und_projekte/artenschutz/voegel/eulen/, zuletzt geprüft am 14.12.2010.
- BUND: Moore: typische Tiere - BUND für Umwelt und Naturschutz Deutschland. Online verfügbar unter http://www.bund.net/bundnet/themen_und_projekte/naturschutz/moore/tiere_der_moore/, zuletzt geprüft am 14.12.2010.
- CALUORI, U.; HUNZIKER, M. (2001): Der Wolf: Bedrohung und Lichtgestalt – Deutungsmuster in der Schweizer Bevölkerung. In: For. Snow Landsc. Res., H. 76, S. 169–190.
- DEUTSCHE WILDTIER STIFTUNG: Steckbrief Rothirsch. Online verfügbar unter <http://www.deutschewildtierstiftung.de/de/wissen-lernen/wissen/lexikon-rothirsch/steckbrief-rothirsch/>, zuletzt geprüft am 15.12.2010.
- DIETZ, C.; HELVERSEN, O.; NILL, D. (2007): Handbuch der Fledermäuse Europas und Nordwestafrikas. Biologie, Kennzeichen, Gefährdung. Stuttgart: Kosmos (Kosmos-Naturführer).
- DUVE, K.; VÖLKER, T. (1999): Lexikon der berühmten Tiere. Von Alf und Donald Duck bis Pu der Bär und Leda Schwan. Durchges. Taschenbuchausg. München: Piper (Serie Piper, 2684).
- EGGER, B. (2001): Raubtiere, mythologisch und tiefenpsychologisch betrachtet. In: For. Snow Landsc. Res., H. 76, S. 53–90.
- FLICK, U. (2009): Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Vollst. überarb. und erw. Neuausg., 2. Aufl. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl. (Rororo Rowohlts Enzyklopädie, 55694).
- FORSTLICHE VERSUCHS- UND FORSCHUNGSANSTALT BADEN-WÜRTTEMBERG (2008): Dreizehenspecht- Basisinformationen -. Online verfügbar unter <http://www.wildtiermonitoring.de/specht/specht.html>, zuletzt aktualisiert am 16.09.2008, zuletzt geprüft am 15.12.2010.
- GATTIKER, E.; GATTIKER, L. (1989): Die Vögel im Volksglauben. Eine volkskundliche Sammlung aus verschiedenen europäischen Ländern von der Antike bis heute. Wiesbaden: Aula-Verl.
- GLASL, F. (2010): Konfliktmanagement. Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater. 9., aktualisierte und erg. Aufl. Bern: Haupt [u.a.] (Organisationsentwicklung in der Praxis, 2).
- GUNNTHORSODOTTIR, A. (2002): Physical attractiveness of an animal species as a decision factor for its preservation. In: Anthrozoos: A Multidisciplinary Journal of The Interactions of People and Animals, H. 14/4.
- HAUG-SCHNABEL, G.; BENDEL, J.; STRAUCH, M. (2003): Tierbevorzugungen bei Kindern. Recherche im Auftrag von Procter&Gamble International. Kandern.
- HEINZ-MOHR, G. (Hg.) (1981): Lexikon der Symbole. Bilder und Zeichen der christlichen Kunst. 6., erw. Aufl. Düsseldorf: Diederichs.

- HOFRICHTER, R.; BERGER, E. (2004): Der Luchs. Rückkehr auf leisen Pfoten. Graz: Stocker.
- JOGER, U. (2007): Schlangen und Drachen. Kunst und Natur; [Katalog zur Ausstellung "Schlangen und Drachen" vom 11. Oktober 2007 bis 27. Januar 2008 in Braunschweig]. Darmstadt: Primus-Verl.
- KELLERT, S. R. (1980): American attitudes toward and knowledge of animals: An update. In: *International Journal for the Study of Animal Problems*, H. 1(2), S. 87–119.
- KELLERT, S. R. (1985): Public perceptions of predators, particularly the wolf and coyote. In: *Biological Conservation*, Jg. 31, H. 2, S. 167–189. Online verfügbar unter <http://www.sciencedirect.com/science/article/B6V5X-4903J0J-20/2/8d69c80d801a4bea1bd3753e1b0cfeb5>
- KELLERT, S. R. (1985): Public perceptions of predators, particularly the wolf and coyote. In: *Biological Conservation*, Jg. 31, H. 2, S. 167–189. Online verfügbar unter <http://www.sciencedirect.com/science/article/B6V5X-4903J0J-20/2/8d69c80d801a4bea1bd3753e1b0cfeb5>.
- KOBELL, F. (1859): Wildanger. Skizzen aus dem Gebiet der Jagd und ihrer Geschichte mit besonderer Rücksicht auf Bayern: J. G. Cotta'scher Verlag.
- KÖNIG, B. (2010): Die Darstellung des Wolfsbildes im Kontext geschichtlicher Entwicklungsprozesse – eine wissenschaftliche Analyse am Beispiel ausgewählter Printmedien seit 1873.
- KOSTRZEWA, A.; SPEER, G. (2001): Greifvögel in Deutschland. Bestand, Situation, Schutz. 2., vollst. neu bearb. und erw. Aufl. Wiebelsheim: Aula-Verl.
- LAMNEK, S. (2008): Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch. 4., vollst. überarb. Aufl., [Nachdr.]. Weinheim: Beltz PVU.
- LANDESBUND FÜR VOGELSCHUTZ IN BAYERN E.V. : Birkhuhn. Online verfügbar unter <http://www.lbv.de/biotopschutz/waldwirtschaft-und-naturschutz/waldvoegel-im-portrait/birkhuhn/>, zuletzt geprüft am 13.12.2010.
- LIECKFELD, C.-P.; STRAAB, VERONIKA (2002): Mythos Vogel. Geschichte, Legenden, 40 Vogelporträts. München: BLV.
- LORENZ, K. (1943): Die angeborenen Formen möglicher Erfahrung. In: *Zeitschrift für Tierpsychologie*, Jg. 5, H. 2, S. 235–409. Online verfügbar unter <http://dx.doi.org/10.1111/j.1439-0310.1943.tb00655.x>.
- LORIMER, J. (2007): Nonhuman charisma. In: *Environment and Planning D: Society and Space*, Jg. 25, H. 5, S. 911–932. Online verfügbar unter <http://www.envplan.com/abstract.cgi?id=d71j>.
- MAYRING, P. (1999): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. 4. Aufl. Weinheim: Beltz.
- MEBS, T.; SCHERZINGER, W. (2000): Die Eulen Europas. Biologie, Kennzeichen, Bestände. Stuttgart: Kosmos (Kosmos-Naturführer).

- MENTGES, G. (1991): Der "König des Waldes" oder der Hirsch im Wohnzimmer. Anmerkung zur Popularisierung eines Tiermotivs. In: Becker, Siegfried; Bimmer, Andreas C. (Hg.): Mensch und Tier. Kulturwissenschaftliche Aspekte einer Sozialbeziehung. Marburg: Jonas (Hessische Blätter für Volks- und Kulturforschung, N.F., Bd. 27).
- MORRIS, D. (1984): Der Mensch, mit dem wir leben. Ein Handbuch unseres Verhaltens. München: Droemer-Knauer.
- NABU (2006): Luchse in Deutschland – Erfolgreiche Rückkehr der „Pinselohren“? In: NABU Info.
- NOSKE, B. (1997): Speciesism, Anthropocentrism and Non-western cultures. In: Anthrozoos: A Multidisciplinary Journal of The Interactions of People and Animals, H. 10(4), S. 183–190.
- PASTOUREAU, M.; ÇORLU, S. (2008): Der Bär. Geschichte eines gestürzten Königs. Neu-Isenburg: Wunderkammer-Verl.
- PETERSON, R.; MOUNTFORT, G.; HOLLAM, P. A. D; HOERSCHELMANN, H. (2002): Die Vögel Europas. Ein Taschenbuch für Ornithologen und Naturfreunde über alle in Europa lebenden Vögel. 15., neubearb. Aufl. / . Berlin: Parey.
- PYRKER, J. (1845): Lieder der Sehnsucht nach den Alpen. Stuttgart, Tübingen: J. G. Cotta'scher Verlag.
- RAAB, G.; UNGER, F. (2005): Marktpsychologie. Grundlagen und Anwendung. 2., überarb. und erw. Aufl. Wiesbaden: Gabler (Gabler-Lehrbuch).
- RANKE, K.; BREDNICH, R. (1977): Enzyklopädie des Märchens. : Handwörterbuch zur historischen und vergleichenden Erzählforschung. 1. Aufl. Berlin: de Gruyter.
- REUTHER, C. (1993): Der Fischotter. Lebensweise und Schutzmassnahmen. Augsburg: Naturbuch-Verl. (Forum Artenschutz).
- RÖHRICH, L.(2000): Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten. [Elektronische Ressource]. Berlin: Directmedia Publ. (Digitale Bibliothek, 42).
- SCHENDA, R. (1995): Das ABC der Tiere. Märchen, Mythen und Geschichten. München: Beck.
- SCHERF, G. (2001): Wolfsspuren in Bayern : Kulturgeschichte eines sagenhaften Tieres. Amberg: Buch- und Kunstverl. Oberpfalz.
- SCHULTZ, W.(1985): Einstellung zu Natur - Eine empirische Untersuchung. Diss. Ludw.-Max.-Univ. München
- SERPELL, J. A. (2004): Factors influencing human attitudes to animals and their welfare. In: Animal Welfare, S. 145–151.
- TIERISCH WILD: Specht - Tierisch Wild am Nationalpark Bayerischer Wald und Šumava. Online verfügbar unter <http://www.tierisch-wild.com/wilde-tiere/specht.html>, zuletzt geprüft am 15.12.2010.
- TREFF, H.-A.; Museum Mensch und Natur <München> (Hg.) (1995): Bärenstark. Natur- und Kulturgeschichte der Bären. München: Pfeil.

- UTHER, H.-J. (2003): Deutsche Märchen und Sagen. Berlin: Directmedia Publ. (Digitale Bibliothek, 80).
- VOITH, J. (2003): Rote Liste gefährdeter Tiere Bayerns. Augsburg: Bayerisches Landesamt für Umweltschutz (Schriftenreihe / Bayerisches Landesamt für Umweltschutz, 166).
- WALLNER, A. (1998): Die Bedeutung der Raubtiere in der Mythologie: Ergebnisse einer Literaturstudie. In: Infoblatt Forschungsbereich Landschaftsökologie, H. 39, S. 4–5.
- WALPOLE, M. J.; LEADER-WILLIAMS, N.I (2002): Tourism and flagship species in conservation. In: Biodiversity and Conservation, Jg. 11, H. 3, S. 543–547. Online verfügbar unter <http://dx.doi.org/10.1023/A:1014864708777>.

Liederrecherche

Deutsches Volksliedearchiv; Institut für internationale Popularliedforschung
Silberbachstraße 13, D-79100 Freiburg im Breisgau