

Konsensdokument

Umsetzung der Welt-Zoo- und Aquarium-Naturschutzstrategie durch die Zoos der Alpenregion



Die am 2. Rigi-Symposium beteiligten Zoos der Alpenregion und Vertreter anderer Organisationen haben sich auf folgende Punkte geeinigt, welche die Zoos Bayerns, Österreichs und der Schweiz bei der Umsetzung der Welt-Zoo- und Aquarium-Naturschutzstrategie (2005) beachten sollen:

Praktische Massnahmen

- Erhaltungszucht ist eine Kernkompetenz der Zoos. Diese soll weiter ausgebaut werden, indem der Haltung und Zucht gefährdeter Arten und Unterarten eine hohe Priorität eingeräumt wird, insbesondere mit der Zielsetzung Wiederansiedlungsprogramme zu unterstützen.
- Die Zoos sehen sich als Zentren für die Begegnung mit Tieren und als PR-Agenturen für die Natur. Sie richten ihre Zooplanung auf das Vermitteln von Erlebnisinhalten aus und stärken zu diesem Zweck Zoopädagogik und Kommunikation.
- Die Zoos nehmen ihre Verantwortung im Bereich des *In-situ*-Naturschutzes wahr. Wegen ihrer limitierten Kapazität verstärken sie die Zusammenarbeit untereinander, mit Zoos ausserhalb der Alpenregion und mit zielverwandten Organisationen. Die Zoos sollen sich auch lokaler Themen annehmen.
- Die Zoos werten ihr Areal ökologisch auf und schaffen dadurch Lebensräume für einheimische Arten.
- Die Zoos stellen ein Konzept für eine nachhaltige Betriebsführung auf und nehmen durch verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen eine Vorbildfunktion wahr.

Partner

- Die Zoos wollen von der Öffentlichkeit und zielverwandten Organisationen als Partner im Naturschutz stärker oder besser wahrgenommen werden. ZOOSCHWEIZ, OZO und die Zoos in Bayern entwickeln dazu eine Strategie.
- ZOOSCHWEIZ, OZO und die Zoos in Bayern prüfen gemeinsam, ob und in welcher Weise sie sich in die Umsetzung der Alpenkonvention einbringen können.
- Bei *In-situ*-Projekten sollen, neben internationalen Organisationen, nationalen und lokalen Behörden und der lokalen Bevölkerung, möglichst auch lokale Zoos eingebunden werden.



- Im Dienste der Forschung für den Naturschutz wollen die Zoos die Partnerschaft mit anderen wissenschaftlichen Einrichtungen und Naturschutzorganisationen im nationalen und internationalen Rahmen, einschliesslich Nationalparkverwaltungen, Regionalmuseen und Hochschulinstituten stärken, z.B. indem sie ihren Tierbestand, Infrastruktur, und Fachkenntnisse für Forschungsarbeiten zur Verfügung stellen.

Finanzielles

- Die Zoos schöpfen ihre Möglichkeiten zur Beschaffung von Geldmitteln für den Naturschutz besser aus. Dazu können sie besondere Posten in ihrem Betriebsbudget oder Fonds einrichten oder andere Geldquellen erschliessen.
- ZOOSCHWEIZ, OZO und die Zoos in Bayern entwickeln ein Indikatorensystem, mit dem sie ihre Leistungen im Naturschutz messen und ausweisen.
- Jeder Zoo kontrolliert die Herkunft der für den Naturschutz verwendeten Gelder. Diese soll den Gesamtzielen des Zoos nicht widersprechen. Der Zoo entscheidet selbst über die Verwendung der Mittel. Diese sind effektiv, effizient und transparent für eigene Projekte oder für Projekte Dritter einzusetzen. Die Herkunft und Verwendung der Mittel werden im Jahresbericht veröffentlicht.

Kommunikation

- Jeder Zoo weiss für jede einzelne Tierart im Bestand, weshalb er sie hält, und kommuniziert dies seinen Mitarbeitern, damit sie das Publikum entsprechend informieren können. Ziel ist die Schaffung einer „Corporate Identity“. Zielgruppe dieser Kommunikation sind alle Ebenen der Zoo-Organisation.
- Jeder Zoo entwickelt eine zoospezifische Informations- und Kommunikationsstrategie mit dem Ziel, eine positive Beziehung zwischen den Besuchern, den Tieren und der Natur aufzubauen. Dabei verschweigt er Probleme nicht, aber kommuniziert seine Botschaft positiv, mit Begeisterung, setzt Ästhetik, Erleben, sinnliche Wahrnehmung und Humor ein und verbindet Tierhaltung mit Verantwortung für Lebensräume. Vorrangig vermittelt der Zoo durch konkrete Beispiele Botschaften, wie die Leute selbst Verantwortung übernehmen, selbst etwas machen können: Er schafft dadurch eine Motivation zum Handeln im Sinne des Naturschutzes und der Nachhaltigkeit. Mittel dazu sind ökologische Aufwertung des Zoogeländes, der verantwortliche Umgang mit Ressourcen, oder die Verwendung öko-freundlicher Produkte.
- Jeder Zoo bezeichnet einen Mitarbeiter, der für die Entwicklung der Informations- und Kommunikationsstrategie verantwortlich ist. Die am Rigi-Symposium beteiligten Zoos organisieren einen Workshop für diese Mitarbeiter.

