

Medientext

3. Rigi-Symposium zum Thema „Was ist ein guter Zoo?“



Zoos haben im Verlauf ihrer Geschichte einen enormen Wandel durchgemacht: Aus den Menagerien von einst sind attraktive Drehscheiben des Natur- und Artenschutzes geworden, die sich für Bildung und Forschung einsetzen und wichtige soziale Aufgaben erfüllen. Die Vielfalt der Aufgaben führt dazu, dass Zooleute die Qualität ihrer Unternehmen differenziert betrachten müssen – wie sie es im Rahmen des 3. Rigi-Symposiums drei Tage lang getan haben.

Instinktiv wissen die meisten Menschen, was ein guter Zoo ist: eine attraktive Begegnungsstätte von Tier und Mensch, in der sich alle wohl fühlen. Das Selbstverständnis der Zoos greift aber weit über eine solche Definition hinaus. Moderne, wissenschaftlich geführte Tierparks verstehen sich als Drehscheibe des Natur- und Artenschutzes. Sie wollen nicht nur wilde Tiere präsentieren, sondern auch zur Forschung beitragen und ihr Angebot didaktisch nutzen, ohne dabei an Freizeitwert zu verlieren. Die Frage nach der Güte eines Zoos ist daher komplex – zumal auch die Bedürfnisse der verschiedenen Anspruchsgruppen einander zuweilen widersprechen. Tiere müssen sich beispielsweise zurückziehen können, die Besuchenden möchten aber Löwe, Elefant und Bartgeier rund um die Uhr aus der Nähe beobachten. In wissenschaftlich geführten Zoos, die heute übrigens zu den beliebtesten Freizeiteinrichtungen überhaupt gehören, sind Kompromisse daher unumgänglich – und stets nur Annäherungen an den Idealfall möglich.

Nachhaltigkeit als Richtschnur

Wie differenziert die Qualität von Zoos beurteilt werden muss, zeigte sich auch am 3. Rigi-Symposium, das vom 28. Februar bis 1. März 2008 in Rigi-Kulm zum Thema «Was ist ein guter Zoo?» durchgeführt wurde. Auf Einladung des Natur- und Tierparks Goldau und **zooschweiz** trafen sich unter der Schirmherrschaft der «World Association of Zoos and Aquariums» (WAZA) Spezialisten aus der Schweiz, aus Österreich und Deutschland: Zoo-Direktorinnen und -Direktoren sowie Vertreter von Naturschutz, Medien, Tourismus, Tierschutz und Wissenschaft. Rund 20 Referentinnen und Referenten beleuchteten die Qualität von Zoos aus unterschiedlichen Blickwinkeln und versuchten, objektive Kriterien aufzustellen. Der Begriff der Nachhaltigkeit diene dabei explizit und implizit als Richtschnur, denn unbestritten bleibt: Ein guter Zoo muss ökologische, ökonomische und gesellschaftliche Aspekte in ein optimales Gleichgewicht bringen.

«Reiche Zoos sind selten schlecht!»

Über die technischen und infrastrukturellen Kriterien, die einen guten Zoo ausmachen, waren sich die Expertinnen und Experten rasch einig – die Tierhaltung muss tiergerecht sein, die Restauration darf nicht nur Mindeststandards genügen und so weiter. «Zoos sind selten schlecht, wenn sie viel Geld zur Verfügung haben», urteilte Referent Herman Reichenbach, der für das Magazin «Stern» eine vielbeachtete Rangliste der grossen deutschen Zoos erstellte und dabei die Frage «Was ist ein guter Zoo?» beantworten musste. Finanzielle Mittel sind nicht nur die Voraussetzung dafür, dass ein Zoo seinen Tieren grosszügige Gehege nach aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen bieten kann, sie ermöglichen einem Zoo auch erst, sich als professionell betriebene Drehscheibe des Natur- und Artenschutzes zu profilieren. Denn didaktische, pädagogische und soziale Angebote kosten viel Geld, bringen aber kaum Mehreinnahmen. Das Gleiche gilt auch für die Auswilderungsprojekte, mit denen Zoos seit Jahren überall auf der Welt dafür sorgen, dass wilde Tiere künftig nicht nur in Gehegen, sondern auch in der freien Natur beobachtet werden können. Geld spielt also eine grosse Rolle für die Qualität eines Zoos – und daher hat ein attraktiver Zoo, der viele Besuchende anzieht, gute Chancen, auch ein guter Zoo zu werden. «Zoos sind Marketing-Organisationen für die Natur», meinte denn auch Jürg Junhold, Direktor des erfolgreichen Leipziger Zoos – und forderte, ein Zoo müsse zehn Prozent seines Jahresetats ins Marketing investieren.

Knut mit Artenschutz verbinden

Einig waren sich die Zooleute, dass jenes Geld, das durch Aufsehen erregende Aktionen, gutes Fundraising und attraktive Angebote zusätzlich verdient wird, auch medienwirksam für den Naturschutz bereit gestellt werden sollte. Nur dann sei es langfristiger denkbar, dass Zoos als Kompetenzzentren für Arten-



schutz anerkannt würden. Im Falle der Millionen von Euros, die kleine Eisbären in der jüngsten Vergangenheit in Zookassen gespült haben, scheint die Verwendung aber noch nicht geklärt. «Man verschenkt eine Riesenchance für das Image der Zoos, wenn man nicht bald kommuniziert, was mit diesem Geld geschieht», meinte Zoo-Spezialist und ZDF-Tierfilmer Björn Encke – und forderte, die betreffenden Zoos sollten substanziellen Beiträge an Artenschutzprogramme leisten. «Zoo zu sein bedeutet heute, ein Knoten zu sein im Netz des internationalen Artenschutzes; für die breite Öffentlichkeit ist das aber weiterhin recht abstrakt, deshalb wäre eine konkretere Verbindung von Eisbär Knut mit Naturschutz unerlässlich.»

Wenig Verbandsarbeit

Dafür, dass die Artenschutz-Funktion von Zoos in der breiten Öffentlichkeit noch immer zu wenig wahrgenommen werden, sorgen indirekt wohl auch die beliebten Fernsehserien über Zoos, die allein im deutschsprachigen Raum über 50 Sendeplätze besetzen. Die so genannten Doku-Soaps erzählen in der Regel publikumswirksam von einem geschönten Alltag aus dem Zoo und richten den Fokus mit Vorliebe auf putzige Tiere. Viele Zoos machen da gern mit, weil die Fernsehsendungen Besuchende anlocken, doch für die langfristige Wahrnehmung der Zoos ist diese Form von Berichterstattung von zweifelhaftem Wert. Beim Thema Doku-Soaps zeigt sich eines der Dilemmas, in denen sich die Zoo-Branche befindet: Was kurzfristig für den einzelnen Betrieb gut ist, muss langfristig der Gesamtheit der Zoos nicht unbedingt nützen. Trotz WAZA, dem Verband Deutscher Zoodirektoren, *zooschweiz* und unzähligen weiteren Vereinigungen scheinen Zoos die Verbandsarbeit nach wie vor zu vernachlässigen; sie sind Einzelkämpfer, die selten als Einheit auftreten und sich daher auch nur schwer von schwarzen Schafen distanzieren können.

Riesiges Qualitätsspektrum

Immer wieder wurde am Rigi-Symposium deshalb gefordert, Zoos müssten stärkere Lobby-Arbeit betreiben – und sich aktiver einmischen in die Diskussion um Tier- und Artenschutz. Dass die Zoo-Branche künftig nur mit einer Stimme sprechen wird, scheint trotz dieser Forderung aber unwahrscheinlich. Allein der WAZA sind, direkt oder indirekt, 1300 Organisationen angeschlossen, die sich nicht nur massiv voneinander un-

terscheiden, sondern einander zuweilen auch konkurrenzieren. Daneben gibt es weitere 15'000 Organisationen, die mit Bezeichnungen wie «Zoo» oder «Tierpark» Publikum anlocken. Angesichts dieser Vielfalt – und eines riesigen Qualitätsspektrums – bleibt den einzelnen Zoos nichts übrig, als die Hausaufgaben zu machen und den eigenen Garten optimal zu bestellen. Weil es keine einfachen Antworten auf die Frage «Was ist ein guter Zoo?» gibt, ist anspruchsvolle Detailarbeit gefragt.

WAZA: Welt-Zoo-Organisation mit Sitz in Bern

Die „World Association of Zoos and Aquariums“ (WAZA) ist der weltweite Dachverband der Zoos und Aquarien. Die Organisation bezweckt:

- Die Entwicklung der Zoos hin zu Naturschutzzentren zu fördern
- Die Zusammenarbeit zwischen Zoos und Zooverbänden zu fördern
- Umwelterziehung, Naturschutz und Forschung zu fördern
- Die Zoowelt auf Internationalen Foren zu vertreten
- Auf die Einhaltung hoher ethischer Standards und damit auf ein positives Image der Zoos in der Öffentlichkeit hinzuwirken

Rund 1'300 Zoos und Aquarien auf der ganzen Welt sind institutionelle Mitglieder von WAZA oder Mitglieder angeschlossener regionaler oder nationaler Verbände. Zusammen verzeichnen sie jährlich rund 600 Millionen Besucher. Zu den WAZA-Mitgliedern zählen auch die Mehrzahl der Mitglieder von *zooschweiz*, d.h. der wissenschaftlich geführten Zoos der Schweiz (Zoo Basel, Zoo Zürich, Natur- und Tierpark Goldau und Wildpark Langenberg), der Österreichischen Zoo-Organisation (OZO) und des Verbandes Deutscher Zoodirektoren (VDZ).

Die Position der Schweiz innerhalb der WAZA ist traditionell stark; der Direktor des Zürcher Zoos, Alex Rübel, war zwei Jahre Präsident der Organisation. Unter seiner Ägide wurde deren Zentrale im Jahr 2001 nach Bern verlegt. Vollamtlicher Direktor ist seither Peter Dollinger, zuvor Mitglied der Direktion des Bundesamtes für Veterinärwesen.

