

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Vorwort	2
1. Einleitung: Zoologische Gärten – wofür brauchen wir sie heute?	3
2. Zoologischer Garten Magdeburg – im Wandel der Zeit	5
3. Visionen 2006 + und ihr Leitbild	6
4. Investitionen im Rahmen der Visionen 2006+	7
5. Edukation	12
6. Marketing	13
7. Arten- und Naturschutz	14
8. Personalentwicklung	16
9. Zusammenfassung	16
10. Anhang	
• Tiergärtnerisches Konzept im Rahmen der Visionen 2006 +	ff.
• Konzept Zoologisch Botanisches Artenschutzzentrum (ZooBA)	
• Welt-Zoo- und Aquarium-Naturschutzstretgie	

Visionen 2006+

Die Zukunft des Zoologischen Garten Magdeburg

Seit dem Erscheinen der „Visionen 2004+“ im vorletzten Jahr haben einige tief greifende Veränderungen bereits stattgefunden, die eine Erweiterung der „Visionen 2004+“ notwendig macht. Im Rahmen unserer Möglichkeiten wurden die Weichen gestellt, die das Motto „Zoo Magdeburg - tierisch nah“ schon heute klarer erkennen lassen. Vor allem die anerkennenden und begeisternden Besucherreaktionen zeigen uns deutlich, den richtigen Weg eingeschlagen zu haben. Auch unsere übergeordneten Bemühungen im Bereich des Arten- und Naturschutzes wurden weiter ausgebaut und haben national sowie international großen Zuspruch gefunden.

Die „Visionen 2006+“ sollen die Begeisterung für den „Zoo der Zukunft“ in Magdeburg wecken, vor allem aber auch das Potential und die Notwendigkeit einer Weiterentwicklung unseres Zoos herausstellen. Im Ergebnis werden sich die Gäste, Bürgerinnen und Bürger der Landeshauptstadt sowie der umliegenden Regionen verstärkt für einen Besuch ihres Zoos im Oberzentrum Magdeburg entscheiden.

Dr. Kai Perret

Juli 2006

1. Einleitung

Zoologische Gärten – wofür brauchen wir sie heute?

Die „Last des Artenschutzes für Zoologische Gärten!“ ist eine provokative Aussage, die exemplarisch die heutige, kontrovers geführte Diskussion über die Aufgaben der Zoologischen Gärten widerspiegelt. Ist es überhaupt der Auftrag eines Zoologischen Gartens und damit (in der Regel) auch des öffentlichen Trägers sich in diesem Bereich zu engagieren? Wenn überhaupt, wie weit soll oder muss sich ein Zoo in diesem Bereich einbringen? Fragen, die in Zeiten knapper Kassen immer öfter gestellt werden, jedoch rütteln sie – um es vorweg zu nehmen – an den Grundfesten aller Zoos.

Im Jahr 1942 formulierte der berühmte Tiergärtner und Zoodirektor Prof. Dr. Heini Hediger¹ aus seiner Sicht die Hauptaufgaben eines Zoologischen Gartens: Arten-/Naturschutz, Erholung und naturkundliche Bildung der Zoobesucher sowie Forschung. Bis heute hat sich an dieser Grundaussage nichts geändert. Jedoch hat sich eine Entwicklung der Tierwelt in den vergangenen, etwas über 60 Jahren abgezeichnet, die selbst Heini Hediger nicht für möglich gehalten hätte.

Lebensraumzerstörung oder Wilderei haben dazu geführt, dass 12% der Vögel, 23% der Säugetiere, 32% der Amphibien, 5% der Fische und 8% der Landpflanzen stark von der Ausrottung² bedroht sind. Fast alle Großtiere sind gefährdet; Störche und Kraniche, Pythons und Krokodile, Elefanten und Nashörner. 90% (!) der Spitzmaulnashörner sind in ihrer afrikanischen Heimat in den vergangenen Jahren getötet worden und 42% der 266 Schildkröten-Arten der Welt sind nun durch Ausrottung bedroht. Am dramatischsten zeichnen sich die Entwicklungen im tropischen Regenwald ab, die Heimat der in Magdeburg lebenden Krallenaffen. Die meisten Land bewohnenden Arten leben in diesen Wäldern, aber nur 7,5 Mill. km² immergrüner Wälder sind noch vorhanden. Stündlich werden heute 10 km² Regenwald endgültig zerstört. Wird ihre Abholzung mit diesem Tempo weiter fortgesetzt, so wird der letzte tropische Regenwaldbaum 2045 gefällt; aber die Geschwindigkeit nimmt zu. Der Artenschwund hat schon damit eine enorme Geschwindigkeit erreicht und ein Ende ist nicht absehbar.

Welche Konsequenzen müssen Zoologische Gärten aus dieser globalen Bedrohung ziehen? Der Geschäftsführer des großen amerikanischen Konzerns „General Electric“ hat gesagt: „Wenn die Geschwindigkeit der äußeren Veränderung die Rate des inneren Wandels übersteigt, ist das Ende in Sicht.“ Die Rate der Veränderungen in der Außenwelt, die Natur

¹ Prof. Dr. Heini Hediger war nacheinander Direktor in den Zoologischen Gärten Bern, Basel und Zürich.

² Das „Aussterben“ von Tier-/Pflanzenarten ist ein natürlicher Prozess im Laufe der Evolution (z.B. das Aussterben der Dinosaurier). Die „Ausrottung“ ist ein unnatürlicher, ausschließlich vom Menschen betriebener Vorgang.

mit ihren Wildtieren, die wir unseren Hunderttausenden Besuchern vor Augen führen, übersteigt bei weitem die interne Antwort der Zoos. Dr. William Conway³, ehemaliger Direktor der Zoologischen Gärten in New York, äußerte auf einer Konferenz: „wie so vieles in der Natur, sind Zoos ebenfalls von der Ausrottung bedroht, wenn sie nicht fähig sind, sich als wahrhafte Fürsprecher der Tierwelt zu entwickeln und zu verändern“. Die Zoos sind von der Geschwindigkeit überrascht worden, mit der die Tierarten ausgerottet werden. Um zu überleben und die Verpflichtung in der Gesellschaft wahrzunehmen, müssen Zoos engagierte Artenschutzzentren und nicht lebende Museen werden. Aus der „Last“ wird ein „Muss“ und ein klares Bekenntnis für den Artenschutz in Zoologischen Gärten – ohne Einschränkungen!

Die Verantwortung der Weltgemeinschaft, sich gegen die Ausrottung der Tier- und Pflanzenwelt zu stellen, wurde im Juni 1992 in Rio de Janeiro (Brasilien) bei der Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung (UNCED) offenbar, an der 163 Staaten teilnahmen. Ein wesentliches Ergebnis der Rio-Konferenz war die Konvention zum Schutz der biologischen Vielfalt (Biodiversität) unserer Erde. Die Biologische Vielfalt beinhaltet drei Ebenen: a) die Vielfalt an Ökosystemen oder Lebensräumen, b) die Artenvielfalt – dazu zählen auch Mikroben und Pilze, die weder Pflanze noch Tier sind und c) die Vielfalt an genetischen Informationen, die in den Arten enthalten sind. Die Resultate dieses „Erdgipfels“ hatten einen entscheidenden Einfluss auf die erste Welt-Zoo Naturschutzstrategie, die 1993 von der IUCN (Umweltbehörde der UNO), namhafte Naturschutzorganisationen (u.a. WWF) und der IUDZG (Welt-Zoo-Organisation, heute WAZA) formuliert wurde. Im Angesicht der schwindenden biologischen Vielfalt, wurde der Natur- und Artenschutz mehr denn je als die zentrale Aufgabe der Zoologischen Gärten benannt.

Der Zoologische Garten Magdeburg nimmt als Mitglied der nationalen und internationalen Zoogemeinschaft (VDZ und EAZA bzw. WAZA⁴) zunehmend seine Aufgaben im Natur- und Artenschutz wahr. Die Mitgliedschaften, verbunden mit den daraus resultierenden Verpflichtungen, vor allem aber die gesetzlichen Bestimmungen für das Betreiben eines Zoologischen Gartens⁵ begründen diese dringend erforderliche Entwicklung.

Die Landeshauptstadt hat sich in weiser Voraussicht entsprechend dieser Vorgaben und dem Leitbild „Global denken, lokal handeln“ im März 2004 im Rahmen einer Änderung der Eigenbetriebssatzung eindeutig zu dieser innovativen Richtung seines Zoo bekannt. Seit dem ist der Zweck des Zoologischen Gartens wie folgt beschrieben:

³ William Conway hat in der amerikanischen Öffentlichkeit einen vergleichbaren Bekanntheitsgrad wie Prof. Dr. Bernhard Grzimek zu Lebzeiten in Deutschland.

⁴ VDZ Verband Deutscher Zoodirektoren, EAZA Europäischer Zooverband, WAZA Weltzooverband

⁵ a) Richtlinie 1999/22/EG des Rates v. 29. März 1999 über die Haltung von Wildtieren in Zoos, b) § 51 Bundesnaturschutzgesetz, c) § 52 Naturschutzgesetz des Landes Sachsen-Anhalt.

„Der Zweck des Zoologischen Gartens ist, die im Zoo gepflegten Tiere nach tiergärtnerischen Erkenntnissen artgerecht zu halten, zu vermehren und eine sinnvolle Auswahl von Tierformen für pädagogische Zwecke zur Anschauung zu bringen.

Darüber hinaus trägt der Zoo zur Erhaltung der Biodiversität bei und dient dem Schutz von bedrohten Arten im Sinne des ex- und in situ Artenschutzes⁶ nach den neusten Erkenntnissen der nationalen und internationalen Zoogemeinschaft.“

Der Zoologische Garten Magdeburg hat damit als einer der wenigen Zoos in Deutschland die Aufgaben des Artenschutzes als eines seiner dringlichsten Ziele in dieser weit reichenden Form in seinen Statuten verankert. Damit hat die Landeshauptstadt dem Zoologischen Garten Magdeburg ein einzigartiges Fundament geschaffen, welches in der neusten Fassung der Welt-Zoo und Aquarium-Naturschutzstrategie⁷ (s. Anhang) für die Zukunft von allen Zoologischen Gärten weltweit und stärker als bisher eindeutig gefordert wird.

2. Zoologischer Garten Magdeburg – im Wandel der Zeit

Nach seiner Eröffnung vor gut 55 Jahren steht der Zoo Magdeburg heute in einer ganz entscheidenden Phase der Neuorientierung. Der in der Welt-Zoo- und Aquarium Naturschutzstrategie beschriebene und schon in einigen Zoos notwendige und eingesetzte Wandel vom "reinen" Zoologischen Garten hin zum Arten- und Naturschutzzentrum gilt folgerichtig auch für die zukünftige Entwicklung des Zoologischen Garten Magdeburg.

Trotz dieser übergeordneten Aufgaben darf nicht außer Acht gelassen werden, dass der Zoo Magdeburg – wie auch alle anderen Zoologischen Gärten – ein Teil des in der Vergangenheit enorm gewachsenen Freizeitangebots ist. Der Wettbewerb um den Kunden (den potentiellen Zoobesucher) ist in vollem Gange und der Zoo Magdeburg wird seine Alleinstellungsmerkmale weiter schärfen müssen, damit die Entscheidung zu Gunsten eines Zoobesuches in der Landeshauptstadt getroffen wird.

Der Oberbürgermeister, der Betriebsausschuss des Eigenbetriebs Zoologischer Garten und der Stadtrat haben die Bedeutung des Zoos für die Stadt und die Region eindeutig unterstrichen. Der Zoo als wichtiger (Werbe-) Träger für das Oberzentrum Magdeburg wird jedoch ohne finanzielle Zuschüsse in den nächsten Jahren weder die notwendigen Ziele erreichen, noch den Besuchererwartungen standhalten.

⁶ Der ex situ-Artenschutz beinhaltet die koordinierte Zucht von der Ausrottung bedrohter Tierarten in den Zoos mit dem Ziel einer Wiederaussiedlung in die ursprünglichen Verbreitungsgebiete. Den Weg hierfür bereitet der in situ-Artenschutz, der vor Ort den Erhalt von Lebensräumen bedrohter Tierarten anstrebt.

⁷ Zoos und Aquarien für Naturschutz – Die Welt-Zoo- und Aquarium-Naturschutzstrategie; Bern, Schweiz, 2005. (Original: „Building a future for wildlife“ – The world zoo and Aquarium conservation strategy, Berne, Switzerland 2005).

Die Projekte im Rahmen des Konzeptes „Visionen 2006 +“, schaffen die Basis für den Erhalt des Zoologischen Gartens der Landeshauptstadt und zeigen seine Perspektiven für die kommenden Jahre auf.

Die „Visionen 2006“ + zielen darauf ab:

1. sich für die ureigenen Aufgaben eines Zoologischen Garten vehement einzusetzen: Arten- und Naturschutz sowie Umweltbildung aktiv zu betreiben, Raum für die Erholung unserer Besucher zu bieten und die Wissenschaft zu fördern,
2. den Zoologischen Garten Magdeburg als wettbewerbsfähige und überregional wirkende Freizeiteinrichtung zu etablieren sowie
3. betriebswirtschaftlicher arbeiten zu können und damit den finanziellen Eigendeckungsgrad deutlich zu erhöhen.

3. „Visionen 2006 +“ und ihr Leitbild

Das Leitbild ist eine Orientierungshilfe für Zoobesucher, Vertreter der Stadt, Bürger der Landeshauptstadt, Spender, Sponsoren, Mitarbeiter etc.. Es verdeutlicht in kurzer Form: wer wir sind, wofür wir stehen und wie sich die Zukunft unseres Zoos gestaltet.

Gestern, heute und morgen

*Der Zoo Magdeburg ist die traditionsreiche, führende Kultur- und Freizeiteinrichtung der Landeshauptstadt Sachsen-Anhalts. Die überregionale Bedeutung und Ausstrahlung des Zoos ist besonders hervorzuheben. Wir gestalten einen naturnahen, **erlebnisorientierten** Zoo, der den Besucher mit allen Sinnen für Tiere und den Schutz ihrer natürlichen Lebensräume begeistert.*

Engagement und Aufgaben

*Den Besuchern bringen wir unser Engagement und Aufgaben im **Arten- und Naturschutz**, in der **Bildung** und der **Wissenschaft** nahe. Alle Besucher sollen hierfür in besonderem Maße sensibilisiert werden. Die unterschiedlichen Erlebniswelten unseres Zoos ermöglichen unseren Besuchern eine vielfältige, aktive **Freizeitgestaltung**.*

„Der Kunde ist König“

*Die Existenz unseres Zoos sichern Besucher, Sponsoren und Spender. Wir haben als **Dienstleistungsunternehmen** das Ziel, die Wünsche und Bedürfnisse dieses Personenkreises zu erfüllen. Die Zufriedenheit unserer „Kunden“ ist eines unserer obersten Ziele.*

Unternehmen „Zoologischer Garten Magdeburg“

*Unsere **Mitarbeiter/Innen** sind die wichtigste Grundlage des gemeinsamen Erfolges. **Transparenz** und offene **Kommunikation** bestimmen unseren Arbeitsalltag und schaffen gegenseitiges Vertrauen. Die Freude an der Arbeit ist der „Motor“ für Höchstleistungen, ist Garant für die ständige Steigerung der Attraktivität und des Freizeitwertes unseres Zoologischen Gartens.*

In dem erlebnisorientierten Zoo Magdeburg werden bewusst „tierisch nahe“ Begegnungen der Besucher mit ausgewählten Tierarten provoziert. Diese scheinbaren Kontakte erzeugen Emotionen, die begeistern werden. Es ist leicht nachvollziehbar, dass, wenn die Zuneigung für das Tier auf der emotionalen Ebene entsteht, die Besucher nachhaltig auch für unsere übergeordneten Ziele sensibilisiert werden. Die emotionale Bindung an den Zoo, gepaart mit den Annehmlichkeiten eines wirklichen Dienstleistungsunternehmens sowie innovativen Angeboten im Eventbereich, werden die Basis für die angestrebte Kundenbindung sein. Die Besucher werden sich vermehrt für einen Besuch in unserem Zoo entscheiden, weil das Konzept als Ganzes überzeugt.

4. Investitionen im Rahmen der „Visionen 2006+“

4.1 NAWUMBO-Park

Es ist unbestritten, dass Menschenaffen zu den Highlights eines Zoologischen Gartens gehören. Die Besucherzahlen im Jahr 2000 zur Eröffnung unseres Menschenaffenhauses mit über 300.000 Besuchern sprechen eine mehr als deutliche Sprache und zeigen eindeutig, dass Menschenaffen für uns in Magdeburg unverzichtbar sind. Der Name „NAWUMBO“ ist ein afrikanisch anmutendes Wortspiel mit den beiden Vornamen unserer Schimpansen Nana und Wubbo. Die Magdeburger Bürgerinnen und Bürger haben damals mit Unterstützung der „Volkstimme“ viel Geld für den Neubau des Menschenaffenhauses und speziell für die beiden Schimpansen gesammelt. Diese offensichtliche Verbundenheit mit den Tieren möchten wir für eine neue Verkaufsaktion nutzen, bei der die gesamte Fläche des NAWUMBO-Parks, unterteilt in Quadratmetern, symbolisch von jedermann gekauft werden kann.

Sobald als möglich soll die Sanierung des Hauses beginnen. Parallel erfolgen die Planungen und Realisierung für großflächige, natürlich gestaltete Außenanlagen, die bei der Ursprungsplanung des Hauses schon angedacht, aber aus Kostengründen nicht realisiert wurden. Auf verschlungenen Pfaden werden die Besucher an den Außengehegen vorbeigeführt und dazu animiert, aus ihrem Alltag heraus in eine exotische Welt

einzutauschen, um Begeisterung für unsere Tiere und Sensibilisierung für das Thema Artenschutz zu erfahren.

Der Tierbestand im NAWUMBO-Park wird sich entscheidend verändern. Die Schimpansenhaltung wird aufgestockt, so dass zu den beiden vorhandenen Schimpansen weitere Tiere integriert werden. Als neue Tierart werden höchstwahrscheinlich Gorillas in den Park einziehen. Entweder wird die Haltung einer Junggesellengruppe oder einer Kleingruppe (Männchen und zwei Weibchen) angestrebt. Eine weitere Aufwertung erfährt der Bereich durch die Vergesellschaftung der Gorillas mit einer weiteren Primatenart sowie dem Bau einiger Terrarien im Haus.

4.2 AFRICAMBO

Das AFRICAMBO, die neue natürlich gestaltete Erlebnislandschaft mit Elefanten und Nashörnern, entsteht auf einer Fläche von über 1 Hektar. Dort werden jedoch nicht nur die größten Landsäugetiere gehalten, sondern auch u.a. Schakale, Warzenschweine, Mangusten, Antilopen, Strauße, Kapborstenhörnchen oder Colobusaffen (Guerezas).

Die Anzahl der im AFRICAMBO gehaltenen Elefanten wird sich deutlich erhöhen. Die Planungen sehen vor, 5 Kühe (incl. der hier schon lebenden Kühe) und ggf. einen Bullen entsprechend der neusten Erkenntnisse und Haltungsrichtlinien anfänglich zu pflegen. Die neue Anlage wird so bemessen sein, dass perspektivisch 10 Tiere gehalten werden können.

Eine tiergärtnerische Besonderheit ist die Gemeinschaftshaltung der Nashörner mit den Colobusaffen, die weltweit einzigartig wäre. Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal dieser Wohngemeinschaft ist das gewollte und provozierte „Ausbrechen“ der Affen in den Besucherbereich. Die Zoobesucher können auf (fast) „hautnahe“ Tuchföhlung mit den Affen kommen. Ein umgebender Wassergraben dieses Bereiches verhindert, dass die Affen in die anderen Teile des Zoos gelangen, wohingegen die Besucher über spezielle, tiersichere Brücken zu ihnen gehen können.

Das AFRICAMBO wird - ebenfalls einzigartig für einen Zoo – so ausgelegt sein, dass vor allem das Tierhaus ein zentraler Veranstaltungsort wird. Besonderes Augenmerk wird dabei auf abendliche Veranstaltungen gelegt. „Candlelight dinner“ werden hier, verbunden mit einem informativem Rahmenprogramm, sowohl als „öffentliche“ Veranstaltungen (Verkauf von Einzelkarten) als auch für geschlossene Gesellschaften (Firmen, Geburtstage etc.) stattfinden können. Eine weitere Besonderheit ist die Integration der neuen Zoogastronomie in das AFRICAMBO (s.u.). „Candlelight dinner“ und Zoogastronomie werden in Zukunft ein enormer Werbefaktor für den Zoo und die Landeshauptstadt sein.

4.3 Zoogastronomie

Restaurants und Kioske sind wichtige Service-Einrichtungen in Zoologischen Gärten. Ihre Aufgabe besteht in der gastronomischen Versorgung der Zoobesucher, sie sind ein Ort der Erholung und des Verweilens. Die Gestaltung dieser Einrichtungen, das gebotene Preis-Leistungsverhältnis und das dort tätige Personal prägen das Erscheinungsbild des Zoos und haben dadurch einen entscheidenden Einfluss, welchen Gesamteindruck der Zoo bei seinen Besuchern hinterlässt. Die Erfahrungen zeigen, dass negative Erlebnisse in diesen Bereichen selbst dadurch nicht aufgehoben werden können, wenn der Zoobesuch beispielsweise durch eine hervorragende Gestaltung der Tiergehege, durch „hautnahe“ Tierbegegnungen oder einer ausgewogenen Anzahl an Picknick-, Ruhe- und Spielplätzen Bestnoten verdient hätte.

Die zurzeit bestehende Gastronomie (Zebraklause) entspricht in keiner Weise den heutigen Ansprüchen an eine Zoo(erlebnis)gastronomie. Die Basis dieser Gastronomieform ist das dringend notwendige identifizierende Gefühl sich in einem Zoologischen Garten zu befinden. In der Verfolgung unserer Ziele wird die geplante Zoogastronomie folgende Punkte erfüllen: die Förderung des Zoo-Erlebnischarakters und die Etablierung einer Tages- und Abendgastronomie mit Selbstbedienungs- sowie gehobenem Restaurantbetrieb. Als idealer Standort für die zukünftige Gastronomie bietet sich die unmittelbare Nähe zum AFRICAMBO an, so dass sich ihre Gestaltung an einer afrikanischen Lodge orientieren wird. Die Räume werden als Multifunktionsbereiche gestaltet; entweder schnell zu teilen oder auch zusammenzulegen. Mit Blick auf die Tiergehege des AFRICAMBO's werden von der Terrasse aus einzigartige Einblicke möglich sein. Die Zugänglichkeit der Zoogastronomie auch am Abend nach offiziellem Besuchsende des Zoos erweitert das Angebot. Eine entsprechende Anzahl Parkplätze wird zur Verfügung stehen. Das relativ neue Gebäude der „Zebraklause“ wird vom Zoo weiter genutzt. Dazu sind die Überlegungen jedoch noch nicht abgeschlossen.

4.4 Südamerika-Bereich und Zoologisch-Botanisches Artenschutzzentrum (ZooBA) Magdeburg⁸

Der Zoo Magdeburg hat seit Jahren einen exzellenten südamerikanischen Tierbestand, an dem grundsätzlich festgehalten wird. Ein südamerikanisches Tropenhaus u.a. für Tapire, Capibaras und Gelbbrust-Kapuziner soll diesen Teil des Zoos weiter aufwerten, der bisher noch kein Warmhaus aufzuweisen hat.

Eine besonders enge Verknüpfung zum Thema Südamerika/tropischer Regenwald wird es mit dem Zoologisch-Botanischen Artenschutzzentrum (ZooBA) Magdeburg geben. Die

⁸ Das ZooBA Magdeburg ist nicht im Investitionsplan des Zoos enthalten.

Neuorientierung und Umstrukturierung der Grusonschen Gewächshäuser zum ZooBA Magdeburg ist eng mit dem Wandel vom "reinen" Botanischen Garten hin zum Arten- und Naturschutzzentrum verknüpft. Die Einrichtung des ZooBA Magdeburg hätte in jeder Hinsicht Modellcharakter und würde das nationale sowie internationale Renommee der Landeshauptstadt weiter entwickeln.

Der in der ZooBA vorhandene Tierbestand wird mit dem Schwerpunkt Südamerika weiter ausgebaut. Krallenaffen, die in ihrem natürlichem Lebensraum höchst bedroht sind, könnten in einigen für den Besucher zugänglichen Gewächshäusern gehalten werden.

Die Verknüpfung zwischen dem tropischen Ambiente der meisten ZooBa-Häuser und der südamerikanischen Heimat der Krallenaffen ist aus tiergärtnerischer und umweltpädagogischer Sicht ideal. Das natürliche Ambiente und die Tiernähe werden sich mit großer Wahrscheinlichkeit auch in erhöhten Besucherzahlen niederschlagen.

In den Gewächshäusern soll Schülern und Jugendlichen die einzigartige Möglichkeit geboten werden, die einzelnen Ökosysteme kennen zu lernen. Dabei werden die Kinder die ganze Welt bereisen, sie dabei unmittelbar erforschen und verstehen lernen. Das ZooBA wird in seiner Gesamtheit eine Forscherwerkstatt darstellen, in der die Kinder die ganze Komplexität der Arten- und Umweltschutzproblematik sprichwörtlich „be-greifen“ können.

Das ZooBa wird in die Marketingstrategie des Zoo Magdeburg integriert: Kombitickets, abendliche Events, Produktpräsentationen, Sponsorenveranstaltungen, Tagungen, Erlebnisgastronomie, Merchandising-Shop sind nur einige wenige Schlagwörter, die genannt werden sollen.

Die angrenzende Verwaltung wird als echtes Zentrum des nationalen und internationalen Artenschutzes ausgebaut, in dem Zoomitarbeiter, Volontäre, Studenten verschiedener Fachrichtungen oder Naturschutzorganisationen ihren Natur- und Artenschutzaufgaben nachgehen können. Es ist offensichtlich, dass mit dem ZooBA die Landeshauptstadt Magdeburg und der Zoo im Focus der nationalen und internationalen Gemeinschaft stände.

4.5. Vergrößerung des Zoogeländes/neuer Südeingang

In der Vergangenheit wurde in unregelmäßigen Abständen immer wieder über eine Ausdehnung des Zoos in den Vogelgesangpark diskutiert. Für den Zoologischen Garten Magdeburg gibt es einen Ratsbeschluss der Stadt vom 8. Juli 1964 (16-137/64), der wie ähnliche frühere kommunale Beschlüsse für den Zoo und die Stadt laut Einigungsvertrag noch immer bindend ist. Hier wird das Gelände des Vogelgesangparks südlich der jetzigen Zoobegrenzung bis zum Rondell als Erweiterungsgebiet für den Zoo erklärt. Alternative Erweiterungsmöglichkeiten in andere Richtungen wurden schon damals untersucht. Aufgrund der vorhandenen Bebauung an den Grenzen des Zoos sind Ausdehnungen des

Zoos in Nord-, Ost- oder Westrichtung nicht möglich. Die 1982 erfolgte Erklärung des Vogelgesangparks zum Denkmalschutzobjekt schließt ausdrücklich die vorgesehene Erweiterung des Zoos in diese Richtung nicht aus, beschränkt jedoch die Nutzungsmöglichkeiten durch den Zoo. Eine Erweiterung des Zoogeländes wäre für die zukünftige Entwicklung jedoch auch dann unschätzbar wichtig, wenn aufgrund des alten Baumbestands die derzeitige tiergärtnerische Nutzung im Park nur eingeschränkt möglich ist. Vorbehaltlich der Zustimmung des Landesamts für Denkmalpflege (Halle) und Stadtrats wird die Gesamtfläche des Vogelgesangparks dem Zoo zu übertragen.

Eine deutliche Attraktivitätssteigerung erfährt der Zoo jedoch nicht nur durch die Erweiterung, sondern auch durch den Bau eines repräsentativen neuen Empfangsbereichs. Die Erkenntnisse der Freizeitbranche - auf den Zoo übertragen - besagen, dass schon der Eingang zooexotisch wirken, den Besucher für seinen Tag im Zoo sensibilisieren und einstimmen muss. Sowohl der Nord- als auch der Osteingang erfüllen diese Aufgabe nur ungenügend. Der landschaftlich einmalig wirkende Vogelgesangpark und die Allee zum Rondell bieten sich für eine solche Einstimmungssituation geradezu an.

Der aus betriebswirtschaftlichen Gründen geschlossene, historische Süd-Eingang wird folgerichtig an anderer Stelle neu entstehen. Gemäß dem durchgeführten Architektenwettbewerb (nach RAW 2001), entsteht der neue Eingang auf der freien Fläche direkt am Rondell. In dieses Eingangsgebäude werden darüber hinaus ein Teil der Verwaltung, ein attraktiver Zooshop und ein kleines Cafe integriert. Ein Wunsch vieler Magdeburger, den historischen Süd-Eingang und früheren Haupteingang sowie die damalige Gastronomie wieder aufleben zu lassen, wird damit an anderer Stelle bzw. in neuer Form realisiert.

Weitergehende Gedanken zielen auf die Etablierung der Zooschule in diesen Bereich, da ihre derzeitigen Räumlichkeiten in naher Zukunft nicht mehr zur Verfügung stehen.

In das neue Gebäude im Park werden u.a. die Direktion, das Sekretariat, die Kaufmännische Abteilung (Leitung, Buchhaltung, Personalbereich), der Zoologische Leiter, die Abt. Marketing, der Technische Leiter, die Abt. Service, der wissenschaftliche Mitarbeiter, die Veterinäringenieurin und ggf. die Zooschullehrerinnen umziehen.

Den Zooshop in die Entwicklung und Präsentation eines Arten- und Naturschutzzentrums „Zoo Magdeburg“ einzubinden, ist ein neues und in der Form noch in keinem Zoo realisiertes Shopkonzept. Es soll für den Besucher deutlich zu erkennen sein, dass der Zooshop sowohl in seiner Gestaltung als auch inhaltlich dem Erscheinungsbild des Zoos entspricht und als ein wirklicher Bestandteil dieser Einrichtung angesehen wird. Das natürlich gewachsene Umfeld des Parks, die zooexotische Gestaltung des ganzen Eingangsbereichs werden sich ebenfalls hier widerspiegeln.

Der Zooshop spielt auch eine wichtige Rolle für den künftigen Ausgangsbereich des Zoos. Die Besucher werden den Zoo nur durch den Zooshop verlassen können. Erhöhte Umsätze sind die Folge! Den Zooshop auch als Nicht-Zoobesucher aus dem Außenbereich direkt zu betreten, ist ein wichtiger und weiterer Abschnitt des Konzeptes; so wird der zukünftige Shop **der** Anlaufpunkt in Magdeburg für „tierische“ Produkte (vom Spielzeug, Stofftiere, Textilien, CD's, Filme über Fachliteratur etc.), Bioprodukte (Transfair etc.), Zoomerchandising (Schreibutensilien, Taschen, Kappen, Schirme etc.) bis hin zu Artikeln diverser Artenschutzprojekte sein.

Die Cafeteria wird in den Shop integriert. Es wird ein Ambiente geschaffen, in dem sich der Besucher noch im Zoo fühlt, vielleicht auch noch einmal zum Einkauf und Stöbern animiert wird, aber auch die notwendige Ruhe findet, um sich in den Sitzgruppen z.B. ein Buch näher anzusehen und dabei etwas zu trinken.

Mit dem Neubau des Eingangs ist gleichzeitig die Verbesserung der Parkplatzsituation und Verkehrsleitung verbunden. In Absprache mit dem Schulverwaltungsamt kann ein neuer Parkplatz auf einer ungenutzten Fläche der Stadt in unmittelbarer Nähe der Grundschule „Am Vogelgesang“ entstehen. Nach Gesprächen mit dem Dezernat VI kann die Ausschilderung zum Zoo für KFZ über den Süden erfolgen, beginnend am Magdeburger Ring über Hundisburger Straße, Kastanienstraße und Schöppensteg. Damit wird gleichzeitig eine Entlastung für das nördliche Wohngebiet des Zoos (u.a. Salvador-Allende Str., Im Steingewände) erreicht.

5. Edukation

Information und Bildung der Zoobesucher, unabhängig von ihrem Alter, werden in Zukunft immer wichtigere Aspekte für die Qualität eines Zoologischen Gartens sein. In vielfältiger Weise hat der Zoo Magdeburg dieser Aufgabe bereits Rechnung getragen und dafür nicht nur bei Besuchern, sondern auch in der weiten Öffentlichkeit Zustimmung erhalten. Die Leitsprüche "tierisch nah" und „über die Emotion zur Information“ werden auch weiterhin die Grundlage unserer Aktivitäten im Bereich der Edukation sein.

Eine vorrangige Aufgabe des wissenschaftlichen Mitarbeiters in seinem edukativen Arbeitsbereich ist die Intensivierung der Zusammenarbeit mit der Zooschule. Im Vergleich zu anderen Bundesländern hat die Arbeit der Zooschule in Magdeburg noch nicht die herausragende umweltpädagogische Bedeutung erlangt, obwohl rund 10.000 Schüler pro Jahr in der Zooschule von speziell ausgebildeten „Zoolehrern“ unterrichtet werden. Hier gilt es durch Lobbyart zunächst die Daseinsberechtigung der Zooschule und das Stundenkontingent der Lehrerinnen sowie der Erzieherin zu sichern. Weitergehende Pläne

zielen darauf ab, die Zooschule auch räumlich endgültig in den Zoo zu holen. Diesbezüglich werden potentielle Standorte, wie u.a. die Integration in einen neuen Eingangsbereich, noch diskutiert. Nicht nur aus fachlichen Gründen ist dieses notwendig, denn die benachbarte Schule, in der sich die Zooschule befindet, wird geschlossen.

Zahlreiche Ausstellungen, Führungen, Veranstaltungen, Bau neuer Tieranlagen und Häuser im Zoo sowie die Gründung der ZooBa Magdeburg werden zukünftig in vielfältiger Weise die „Edukationsabteilung“ (wissenschaftlicher Mitarbeiter, Zooschule) des Zoos vehement beschäftigen und fordern.

6. Marketing

Ohne Marketinginstrumente wie Öffentlichkeitsarbeit und Werbung sowie ohne das Prinzip eines Dienstleistungsunternehmens mit deutlicher Kundenorientierung kommen die Zoologischen Gärten heute längst nicht mehr aus. Nicht anders als im Profitbereich gilt es, sich gegen die Konkurrenz im hart umkämpften Freizeitmarkt durchzusetzen, die Bedürfnisse und Wünsche von Besuchern zu erforschen und ihre allgemein erhöhten Ansprüche zu erfüllen. Wollen Zoologische Gärten in Zukunft ihre schon beschriebenen Aufgaben uneingeschränkt wahrnehmen, sind hohe Investitionen unausweichlich. Nicht zuletzt müssen angesichts knapper Gelder Maßnahmen für Einnahmesteigerungen ergriffen sowie neue Möglichkeiten und Wege zur Erschließung von Finanzierungsquellen gefunden werden.

Das Fundraising des Zoo Magdeburg für die (Teil-)Finanzierung verschiedener Projekte ist derzeit noch ein „Sammelsurium“ von Einzelmaßnahmen, denen es an einer strategischen Orientierung fehlt. Die Entscheidungen werden mehr intuitiv getroffen als systematisch durchdacht, koordiniert und geplant. Auch wenn die eine oder andere Maßnahme durchaus erfolgreich ist, mangelt es insgesamt an einer langfristigen Planung, die beispielsweise auch Punkte wie Zielgruppensegmentierung und Spenderbindung mit einbezieht. „Echtes“ Fundraising ist ein komplexes Aufgabengebiet, das „Analysen, Zieldefinitionen, Strategieentwicklungen, Maßnahmenplanung sowie deren Umsetzung und Auswertung erfasst“⁹.

Der Zoo Magdeburg muss sich stärker als öffentlichkeitswirksame Werbeplattform etablieren, die Sponsoren für ihre Zwecke nutzen können. Die daraus resultierende Kooperation beruht auf Gegenseitigkeit, denn jeder zieht seinen Nutzen aus dieser Partnerschaft. Der Partner „nutzt“ den Zoo für seine interne als auch externe Werbe-Kommunikation. Der Zoo profitiert

⁹ Fabisch, Nicole: Fundraising. Spenden, Sponsoring und mehr...1. Aufl., München. Deutscher Taschenbuch Verlag, 2002. S.47.

nicht nur aus finanzieller Hinsicht, sondern es besteht auch die einzigartige Chance einer noch größeren Öffentlichkeit – durch die Kommunikationskampagne des Partners selbst – präsentiert zu werden. Dem Zoo erschließen sich neue Zielgruppen, die wiederum durch ihren Besuch oder als neue Sponsoren den Zoo weiter unterstützen. Mit einer solchen Kooperation kann ein Mehrfachnutzen erwartet werden!

Das Marketingkonzept für den Zoo Magdeburg ist im Detail noch nicht zu Ende formuliert und Bedarf noch einer weiteren Diskussion. Die beiden Stellen im Marketing (Öffentlichkeitsarbeit u. Fundraising) sind eine hervorragende Basis, das groß angelegte Konzept in allen seinen Facetten umzusetzen.

7. Arten- und Naturschutz

Die Landeshauptstadt und ihr Zoo besitzen im Rahmen der Welt-Zoo und Aquarium Naturschutzstrategie eine große Verantwortung den notwendigen Aufgaben im Biodiversitätsschutz gerecht zu werden. In der Einleitung des Konzeptes wurde ausführlich auf die Dringlichkeit eingegangen, dass der Arten- und Naturschutz die zentrale Aufgabe der Zoologischen Gärten ist. Der Wandel des Zoo Magdeburg zu einem Schutzzentrum unter Einbeziehung der ZooBA ist eines der wesentlichen Ziele der nächsten Jahre.

Es steht außer Frage, dass die Zucht gefährdeter Tierarten ein Grundsatz für die Gemeinschaft der Zoologischen Gärten ist. Die meisten gefährdeten Tierarten, die im Zoo gehalten werden, sind mittlerweile in Zuchtbüchern und/oder Erhaltungszuchtprogrammen erfasst. Ziel eines solchen Programms ist der Aufbau einer genetisch stabilen Population, die sich in Menschenobhut über viele Generationen selbst erhalten sollte und die Auswilderung in den ursprünglichen Verbreitungsgebieten der Tiere.

Zur Vermeidung von Inzucht ist dafür eine enorme Individuenanzahl erforderlich. Ein grober Richtwert, mit dem die meisten Eventualitäten abgedeckt sind und der manchmal als „magische Zahl“ bezeichnet wird, liegt bei 500. Für die Haltung in Menschenobhut sind 500 Tiere eine stattliche Zahl. Selbst natürliche Populationen sind oft schon kleiner. Nichts desto trotz muss an dieser Größe festgehalten werden, damit eine sichere Reserve für die Zukunft und eine Basis für das Ziel der Auswilderung von Tieren besteht. Prominente Projekte aus Beständen der Zoos haben inzwischen stattgefunden, wie beim Przewalski-Pferd, der Addax Antilope oder den Löwenaffen. Gerade zu den beiden letzt genannten Arten konnte der Zoologische Garten Magdeburg einen wertvollen Beitrag leisten, in dem bei uns geborene Tiere in Marokko und Brasilien ausgewildert worden sind.

An der koordinierten Zucht von der Ausrottung bedrohter Tierarten ist der Zoologische Garten Magdeburg, dem sog. ex-situ Artenschutz, mittlerweile schon mit 43 Programmen

beteiligt, wie bei den Asiatischen Löwen, Sibirischen Tigern, Großen Ameisenbären oder Giraffen.

Den Weg für den ex situ-Artenschutz bereitet der in situ-Artenschutz, der vor Ort den Erhalt von Lebensräumen bedrohter Tierarten anstrebt. Der Zoologische Garten Magdeburg ist in diesem Zusammenhang seit 2004 Kooperationspartner der „Stiftung Artenschutz“, die vor allem in situ-Projekte höchst bedrohter Tierarten weltweit unterstützt. Ihre Ziele erreicht die „Stiftung Artenschutz“ durch den Zusammenschluss von inzwischen über 40 Zoologischen Gärten, Tierparks und Umweltorganisationen, die sowohl öffentlichkeitswirksame als auch finanzielle Unterstützung gewähren. Durch diese Bündelung von Fachleuten und finanziellen Mitteln erreicht der internationale Artenschutz eine neue Dimension. Jährlich werden so über 20 Millionen Menschen über die Arbeit der Stiftung und ihrer Partner informiert und auf das Engagement der Sponsoren wirkungsvoll aufmerksam gemacht.

Der Zoologische Garten Magdeburg verfügt darüber hinaus über eine langjährige Tradition im regionalen Artenschutz. Ordnungsgemäß geführte Aufzeichnungen über pflegebedürftige Findlinge einheimischer Arten reichen über 50 Jahre zurück und belegen das langjährige Engagement insbesondere der Tierpfleger bzw. Tierpflegerinnen, welche diesen Dienst zusätzlich zu ihrer täglichen Routine leisten und sich hierdurch große Erfahrung erarbeiten konnten. Durch die stetig wachsende Zahl der einheimischen und manchmal auch exotischen Pfleglinge, wird die Schaffung einer professionell geführten und ausgestatteten Auffangstation für Wildtiere unumgänglich. Der Zoologische Garten Magdeburg verfügt auf dem Wirtschaftsteil über ausreichend große Flächen für ein solches Vorhaben. Dieses Projekt wird über Spenden und Qualifizierungsmaßnahmen seitens der GISE mbH finanziert bzw. realisiert.

Als Zugpferd und Botschafter für diese Auffangstation wurde der Rotmilan (*Milvus milvus*) auserwählt, da sich dieser wunderschöne Greifvogel als global bedrohte Art hervorragend in das generelle Konzept des Artenschutzes einfügt. Der Rotmilan ist nur in Mitteleuropa beheimatet, wobei mehr als die Hälfte der Tiere in Deutschland leben, davon sind wiederum 2/3 in Ostdeutschland und hauptsächlich in Sachsen-Anhalt beheimatet. Somit könnte sich Magdeburg als „Hauptstadt des Rotmilans“ bezeichnen und sich international im Artenschutz profilieren.

Seit Oktober 2004 ist es ein wesentlicher Arbeitsschwerpunkt des wissenschaftlichen Mitarbeiters, diese umfassenden Aufgaben im Natur- und Artenschutz fachlich zu betreuen und weiter auszubauen. Er ist mit dieser Funktion der zweite Artenschutzkurator in einem deutschen Zoo.

8. Personalentwicklung

Im Zusammenhang mit der Attraktivitätssteigerung des Zoologischen Gartens, der deutlichen Verbesserung der Tierhaltung, des Marketings sowie der Sponsorenakquise, den erhöhten Ansprüchen der Besucher auf individuelle Betreuung und Informationen aus erster Hand, wird eine behutsame personelle Aufstockung im gesamten Betrieb regelmäßig überprüft werden müssen.

Trotz des offensichtlichen Bedarfs wird in Zukunft keine Stelle ohne vorherige sorgfältige Prüfung aller Umstrukturierungsmöglichkeiten, Einspar- und Verbesserungspotentiale beantragt bzw. eingerichtet.

9. Zusammenfassung

Der Zoo Magdeburg befindet sich mit den Visionen 2006 + in der Entwicklung zu einem innovativen Erlebniszoo mit Artenschutzzentrum. Dies wird durch das überdurchschnittliche Engagement des Zooteams, die uneingeschränkte Unterstützung seitens der Stadt und das klare Bekenntnis der Zoobesucher, Sponsoren, Spender und der breiten Öffentlichkeit diesen Weg zu verfolgen, ermöglicht.

Jedoch darf nicht außer Acht gelassen werden, dass es Jahre dauert, bis sich ein neues Konzept so weit "am Markt" etabliert, dass ein altes Erscheinungsbild durch neue Attraktivität abgelöst wird. Dies bedeutet, die beschriebenen Ziele in der Umgestaltung des Zoos konsequent zu verfolgen, um mittel- bis langfristig auch konkurrenzfähig zu den Zoologischen Gärten mit hohem Investitionsvolumen (Hannover 65 Mio. €, Leipzig 80 Mio. €) zu bleiben. Die Gäste, Bürgerinnen und Bürger der Landeshauptstadt werden sich in der Folge vermehrt für einen Besuch ihres Zoos im Oberzentrum Magdeburg entscheiden.