

Darf dieser Eisbär Geld verdienen?

Deutschlands Zoodirektoren streiten sich: Sollen ihre Tiergärten wirtschaftlich erfolgreiche Freizeitparks sein dürfen – oder müssen sie konventionelle Bildungsstätten bleiben, subventioniert vom Steuerzahler?



Cowboys und Eisbären: Im Zoo Hannover sind die Tiere Teil eines Vergnügungsparks. Dogmatische Tierparkchefs rümpfen darüber die Nase

Von Anette Dowideit

KLAUS-MICHAEL MACHENS ist ein Pragmatiker. „Wenn die Leute in den Zoo gehen, wollen sie etwas erleben“, sagt er. Also bietet er Erlebnisse. Seit Mai können die Besucher des Zoos in Hannover, dessen Direktor Machens ist, durch „Yukon Bay“ schlendern: eine nachgebaute kanadische Hafendstadt samt Bucht und Fischerbooten. Die Kulisse sieht aus wie in einem Freizeitpark, selbst die Reinigungskräfte tragen Cowboy-Kostüme. Allerdings sind hier auch Tiere zu sehen, Eisbären, Pinguine oder Wölfe.

Machens ist im Gegensatz zu den meisten Zoodirektoren weder Biologe noch Tierarzt. Er ist Jurist und hatte früher keine Ahnung von Zoos. Man könnte auch sagen: Er hatte einen unverstellten Blick auf die Branche. Seit er vor 16 Jahren Chef des Zoos wurde, hat sich einiges verändert: Mit Investitionen von rund 110 Millionen Euro baute Machens den Tiergarten in einen Erlebnispark um. Heute können die Gäste eine Bootsfahrt machen oder im Restaurant Bison-Burger essen. Die Besucherzahlen haben sich mehr als verdoppelt, auf über 1,2 Millionen im Jahr. Und das Beste: Der Zoo kommt im operativen Betrieb ohne öffentliche Zuschüsse aus. Lediglich die Zinsen für Kredite, mit denen er seine Einfälle finanziert hat, zahlt er mithilfe von Subventionen.

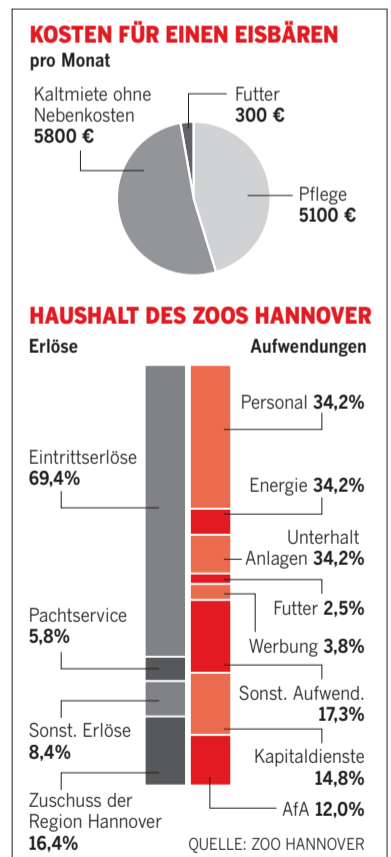
Das Beispiel Hannover könnte Vorbildcharakter haben. Tatsächlich aber liefern sich die deutschen Zoodirektoren einen Grabenkrieg: Darf ein Zoo aussehen wie Disney-World und dafür profitabel arbeiten? Oder muss er mit konventionellen Mitteln dem Bildungs- und Artenschutz auftrag nachkommen? Dann braucht er regelmäßig beträchtliche Subventionen, selbst wenn er Attraktionen hat wie Knut in Berlin oder die Delfine in Nürnberg. „Es ist eine regelrechte Glaubensfrage“, sagt Andreas Konrath von der Hamburger Firma Wenzel Consulting, die Zoos unternehmerisch berät. „Manche Direktoren hätten es am liebsten, wenn ihre Zoos reine Bildungsstätten wären und möglichst wenige Besucher die Ruhe stören würden.“

Thomas Kauffels gehört, so sagt er selbst, „zu den Ultraorthodoxen“. Er leitet den Opel-Zoo im hessischen Kronberg. Von seinem Büro im ersten Stock des hölzernen Verwaltungstrakts überblickt er das Zoogelände: Links wohnen die Giraffen, den Hügel hinab die Elefanten, und am Horizont sieht man die Frankfurter Skyline. Wenn Kauffels vom Wesen des Zoos spricht, dann fallen Begriffe wie „Kulturgut“, „Biodiversität“ oder „öffentlicher Auftrag“. „Ein Elefant sollte den Besucher einfach durch seine Anwesenheit beeindruckt – und nicht, weil am Gehege eine Tröte

hängt und die Kinder auch mal tröten können wie der Elefant“, sagt er. „Man darf seine Ansprüche nicht dem Zeitgeist opfern.“

Auf Kauffels' Schreibtisch steht ein Briefbeschwerer des Hamburger Tierparks Hagenbeck. Berührungssängste mit Konkurrenten hat er nicht. Das wäre auch schlecht, denn Kauffels ist auch Präsident des Verbands Deutscher Zoodirektoren (VDZ).

Somit ist er in einer Zwitterrolle. Auf der einen Seite leitet er den einzigen deutschen Zoo, der gar keine Subventionen erhält: Der Opel-Zoo finanziert sich komplett aus Eintrittsgeldern und Spenden. Auf der anderen Seite befürwortet er die Tatsache, dass der Rest der Branche öffentliche Zuschüsse bekommt. Das sei kein Widerspruch.



sagt Kauffels. „Im Opel-Zoo fehlen einige Tierarten, die sehr teuer im Unterhalt sind. Zum Beispiel die Menschenaffen, deren Gehege stark beheizt werden müssen.“ Ein städtischer Zoo dagegen dürfe nicht nur solche Tiere zeigen, die – wie der Elefant – Besuchermagneten seien, aber vergleichsweise günstig im Unterhalt. Sondern er müsse das gesamte Spektrum der Fauna abbilden, um seinem Bildungsauftrag gerecht zu werden. „In die deutschen Zoos kommen pro Jahr 35 Millionen Besucher. Wir erreichen alle sozialen Schichten, alle Altersklassen. Unsere Aufgabe ist, den Besuchern die Tierwelt umfassend und informativ nahezubringen.“

Das Wichtigste im Zoo, findet Kauffels, sei weder der Unterhaltungsfaktor noch der Profit, sondern der Respekt vor dem Tier. Gerade vor ein paar Tagen hat er ein Angebot von einer Werbefirma be-

kommen. Die wollte an den Gehegen witzige Reklametafeln anbringen. Beim Nilpferd zum Beispiel für ein Schlankheitsmittel. Das erinnert stark an den Slapstick-Spiel film „Wilde Kreaturen“, in dem John Cleese einen Zoodirektor spielt, der plötzlich hohe Renditen erwirtschaften soll und deshalb unter anderem die Gehege Sponsoren überlässt. Kauffels lehnte das Angebot ab.

Natürlich würde auch der Hannoveraner Machens unterschreiben, dass ihm die Tiere wichtiger sind als die Rendite. Trotzdem findet er, dass mehr Wirtschaftlichkeit der Branche nicht schaden würde. „Die Zoos verstehen sich allgemein als Teil des deutschen Kulturguts“, sagt er. „Und wie das oft so ist in der Kulturlandschaft, argumentieren die Anbieter stark aus Sicht des Absenders.“ Soll heißen: Viele Zoos erschlagen den Besucher mit ellenlangen Informationstafeln über die Tiere, um ihrem Bildungsauftrag gerecht zu werden. Dafür fehlt der Spaßfaktor, der die Gäste anlockt.

Im „Erlebniszoo“ Hannover stehen auf den Infotafeln nur wenige Sätze, etwa: „Die Addax-Antilope kann aus 200 Kilometern Entfernung Wasser riechen.“ Für die „Bootsfahrt auf dem Sambesi“, die Besucher vorbei an Löwen und Giraffen führt, ist Machens in Freizeitparks gefahren und hat sich dort Anregungen geholt. Kein Wunder, dass konservativere Zoologen seine Methoden kritisch beäugen. „Es gab große Berührungssängste. Die seriösen Zoos wollten nicht mit der Freizeitindustrie in einen Topf geworfen werden“, sagt Machens. Er findet das aber – und ist nun seit ein paar Jahren Präsident des Verbandes Deutscher Freizeitparks und Freizeitunternehmen (VDFU).

Der Zwist zwischen Traditionalisten und Modernisierern – neben Hannover haben auch Leipzig und Gelsenkirchen ihre Tierparks in Erlebniszoo umgebaut – reicht weit zurück. Bis zum Jahr 1844 war es ein Privileg der Fürsten, exotische Tiere zu sehen. Affen, Antilopen oder Tiger gab es in Europa höchstens in deren Menagerien. Dann eröffnete der Zoologische Garten in Berlin und danach weitere Zoos im ganzen Land, was als Emanzipation des Bürgertums galt. Der Zoo wurde ein Fenster zur Welt. Im 20. Jahrhundert entwickelte sich die heutige Auffassung über den Zweck eines Zoos: Neben der Erholung und Unterhaltung der Besucher soll er dem Artenschutz dienen, der Forschung und der Bildung.

Dieser Auftrag erklärt, warum Länder und Kommunen die Zoos mitfinanzieren. Eine Übersicht, wie viel Steuergeld insgesamt in die Zoos fließt, existiert nicht. Sicher ist aber: Die öffentliche Hand hat immer weniger Geld zu verteilen. Das hat etwa der Kölner Zoo zu spüren bekommen. Im vergange-

nen Jahr kürzte die Stadt dem Park die Zuschüsse für 2010 von bisher 4,5 Millionen Euro auf 3,5 Millionen. „Wir haben das aufgefangen, indem wir die Eintrittskarten teurer gemacht haben“, sagt Zoochef

Theo Pagel. „Wie es nächstes Jahr aussieht, wissen wir nicht. Vielleicht müssen wir irgendwann ganz ohne Zuschüsse auskommen.“

Auch wenn es vielen in der Branche nicht gefällt: Das Beispiel Han-

nover wird wohl Schule machen, meint Zooberater Konrath. „Die modernen Erlebniszoo haben im Schnitt weit mehr Besucher als die traditionell geführten Zoos. Und das, obwohl die Eintrittskarten

nicht subventioniert sind und weit mehr kosten.“

Im Zoo Hannover kostet der Eintritt mit 23 Euro fast so viel wie in einem Freizeitpark. Die Besucherzahlen steigen dennoch.

ANZEIGE



Deutsche Werte: FT Frankfurt-Effekten-Fonds

Unser Klassiker FT Frankfurt-Effekten-Fonds legt seit 1974 breit gestreut in die aussichtsreichsten deutschen Aktien an. Dabei setzen unsere Fondsmanager traditionell auf große deutsche Unternehmen, die für Wachstum, Innovationskraft, Know-how, Produktqualität und Exportorientierung stehen. Mit dieser Strategie

und einem Vermögen von rund 2 Mrd. Euro gehört der FT Frankfurt-Effekten-Fonds zu den erfolgreichsten Fonds seiner Klasse. Fragen Sie Ihren Berater nach den Verkaufsprospekten. Mehr Informationen zum Fonds und die Wertentwicklungsdaten finden Sie auch im Internet unter „www.frankfurt-trust.de“.

FRANKFURT-TRUST
ASSET MANAGEMENT