



Università degli
Studi di Udine

**KOMMUNIKATIONSLEITLINIEN
FÜR
DEN SCHUTZ DES BRAUNBÄREN UND
DAS BRAUNBÄRENMANAGEMENT
IN DEN ALPEN**



OKTOBER 2005

Bericht von: Parco Naturale Adamello Brenta
Via Nazionale, 24 - 38080 Strembo (TN), Italien



KOMMUNIKATIONSLEITLINIEN FÜR DEN SCHUTZ VON BRAUNBÄREN UND BRAUNBÄRENMANAGEMENT IN DEN ALPEN

Dieses Dokument stellt die Umsetzung der Aktion A.3 (Erstellen von Kommunikationsleitlinien in von Bären besiedelten oder potentiell zu besiedelnden Gebieten) des Projekts dar, das im Rahmen des LIFE Natur Programms von der Europäischen Union finanziert wurde:



LIFE Nature CO-OP PROJECT **“Grundlagen für die Etablierung einer alpinen Braunbären–Metapopulation”** **LIFE2003NAT/CP/IT/000003**



In Zusammenarbeit mit:



Edoardo Lattuada
Andrea Mustoni
Filippo Zibordi
Naturpark Adamello Brenta



Marko Jonozovic
Miha Marenc
Slowenische Staatsforste



Beate Striebel
Norbert Gerstl
Georg Rauer
WWF Österreich



**Università degli
Studi di Udine**

Stefano Filacorda
Giorgio Marchesini
Antonella Stravisi
**Department für Zoologie
Universität Udine**

INHALT

INHALT	2
1 GRUNDLAGEN	3
2 EINLEITUNG.....	4
3 EINE KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE.....	6
4 BEVOR BÄREN ERSTMALS AUFTRETEN.....	7
4.1 ZIELSETZUNGEN	7
4.2 ZIELE.....	7
4.3 VORBEREITUNGEN ZUR RÜCKKEHR DES BRAUNBÄREN.....	8
4.3.1 Primäre Aktivitäten.....	8
4.3.2 Zusätzliche Aktivitäten.....	9
5 MAßNAHMEN IN AKTUELLEN BÄRENGEBIETEN	10
5.1 ZIELSETZUNGEN	10
5.2 ZIELE.....	10
5.3 ROUTINE AKTIVITÄTEN	11
5.3.1 Primäre Aktivitäten.....	11
5.3.2 Zusätzliche Aktivitäten.....	12
6 WENN BÄREN BEDROHT SIND	14
6.1 ZIELSETZUNGEN	14
6.2 ZIELE.....	14
6.3 KRISENAKTIVITÄTEN.....	15
6.3.1 Primäre Aktivitäten.....	15
6.3.2 Zusätzliche Aktivitäten.....	16
7 LITERATURVERZEICHNIS.....	17
7.1 AKTIONSPLÄNE.....	17
7.2 STUDIEN	17
7.3 WEBSEITEN.....	18
7.4 KONTAKTADRESSEN	18

1 GRUNDLAGEN

Dieses Dokument wurde dank der finanziellen Unterstützung der Europäischen Union im Rahmen eines LIFE Nature CO-OP Projekts erstellt. Das Ziel dieses Projekts ist es, Möglichkeiten einer langfristigen Etablierung einer Braunbären-Metapopulation in den Zentral- und Ostalpen zu erheben und Kommunikationsgrundsätze für die unterstützende Öffentlichkeitsarbeit zu erstellen. Dieser Bericht ist an alle Fachleute gerichtet, welche in Verwaltungen, Körperschaften und Organisationen der aktuellen und potentiellen Bärengebiete für den Bärenschutz verantwortlich sind. Die Intention ist nicht eine Auflistung von Aktivitäten für Vorbereitungen zur Rückkehr des Braunbären oder von Maßnahmen zum Umgang mit Bären in aktuellen Bärengebieten zu erstellen, sondern einen Abriss über **Kommunikationsleitlinien, welche bei der Rückkehr oder die Anwesenheit von Braunbären hilfreich sind zu geben**. Besonderes Augenmerk wird dabei auf mögliche neue potentielle Bärenhabitate gelegt.

Konzepte für die Öffentlichkeitsarbeit bilden die Grundvoraussetzung für die künftige Ausbreitung der Bärenpopulation und bilden somit die Basis für einen Austausch der Bärenpopulationen Italiens, Österreichs und Sloweniens untereinander. Damit wird die Etablierung einer Metapopulation in den Alpen gefördert. Zudem stellt eine korrekte kompetente Kommunikation ein Grunderfordernis für eine erfolgreiche Umsetzung der Artenschutzziele auf europäischer Ebene dar.

Die in diesem Projekt erarbeiteten Kommunikationsgrundsätze sollen ein Leitfaden für Vertreter lokaler Verwaltungsbehörden sein und somit die Grundlagen für die Öffentlichkeitsarbeit zum Braunbären liefern.

Der Leitfaden soll auch in jenen Gebieten, in welchen bereits Braunbären leben oder sporadisch auftreten, als Hilfestellung zur Entwicklung und Planung besserer Kommunikationsstrategien dienen.

Ziel dieses Berichtes ist es, die friedliche Koexistenz zwischen Mensch und Bär zu fördern, aber auch Grundlagen im Umgang mit anderen alpinen Großbeutegreifern, wie Wolf und Luchs, zu schaffen.

Das vorliegende Dokument wurde unter Mitarbeit aller Partner des aktuellen LIFE CO-OP Projektes erstellt, welche in den letzten 10 Jahren Erfahrung im Bärenschutz und -management gesammelt haben. Fragebögen wurden vorbereitet, an die Projektpartner verteilt, um einen Überblick über die durchgeführte Arbeit im Kommunikationsbereich zu bekommen. Die Fragebögen dienten als Basis für die Kapitel 4, 5 und 6. Diese Studie stellt somit eine Synthese der verschiedenen Erfahrungen und Meinungen dar.

2 EINLEITUNG

Nur wenige Tiere in Europa haben die Fantasie der Menschen so beherrscht, wie der Braunbär. In der Geschichte des Zusammenlebens von Mensch und Bär löste diese Art immer schon starke zwiespältige Gefühle und Emotionen aus. In der Vorstellungskraft der Bevölkerung gilt der Bär einerseits als bedrohlicher Feind, der dem Menschen die Vormachtstellung in der Natur streitig macht, andererseits steht er auch als Sinnbild für Wildnis, ökologische Harmonie und Symbol der Beziehung zwischen Mensch und Umwelt.

Der Bär spielte immer schon eine zentrale Rolle in Romanen, Märchen und Kindergeschichten. Oft war er dabei der aggressive Übeltäter, ein Ruf, welchen es zu relativieren gilt. Seine Verwendung als Stofftier, aber auch sein Einzug in die Film- und Fernsehwelt als Zeichentrick- und Werbefigur haben das Image sicherlich verbessert.

Wo auch immer diese traditionell widersprüchliche Auffassung herrührt, sie bewirkte und bewirkt nach wie vor ein vorurteilbehaftetes „Wissen“ über diese Art, das meistens mehr auf der Basis von falschen Annahmen beruht, als auf Tatsachen oder wissenschaftlichen Erkenntnissen.

Obwohl wirtschaftliche und demographische Veränderung der alpinen Bergregionen, sowie ein kultureller Wandel langsam ein anderes Natur- und Umweltbewusstsein schufen, besteht hinsichtlich der Biologie in der öffentlichen Meinung nach wie vor ein falsches Bild des Braunbären.

Die Einstellung der in Bärengebieten lebenden Bevölkerung gegenüber dem Braunbären ist immer noch oft von Angst und Vorurteilen geprägt. Der Bär wird meist als Konkurrent und Gefahr für die menschlichen Interessen gesehen. Dies entspricht jedoch meist keiner realen Gefahr sondern einer emotionalen Konfliktwahrnehmung und der Angst vor wirtschaftlichen Verlusten, obwohl diese durch Kompensationsmaßnahmen verhindert werden können. Die negative Einstellung gegenüber Bären hatte ihre Wurzeln in Übergriffen und Schäden, die in der Vergangenheit, unter anderen sozioökonomischen Voraussetzungen, extreme Verluste für die Menschen darstellten. Diese Einstellung hat sich aber im Laufe der Geschichte immer weiter weg von den realen Bedrohungen und den biologischen Gegebenheiten entwickelt.

Wegen der oben genannten geschichtlichen Gründe und der daraus resultierenden Fehlinformation über die Ökologie des Bären in weiten Kreisen der Bevölkerung, kommt heute kein Artenschutzprojekt mehr ohne gezielte Öffentlichkeitsarbeit aus. Diese soll im Rahmen einer Informationskampagne dem „verstaubten“ Bild des Bären entgegenwirken und damit die Akzeptanz und das Verantwortungsgefühl gegenüber dem Bären zu steigern. Dies ist als Basis für ein konfliktarmes Nebeneinander von Mensch und Bär unabdingbar. Nicht umsonst finden sich im *„Action plan for the conservation of the brown bear in Europe (Ursus arctos)“* (Swenson et al., 2000) unter den acht wichtigsten Schutzmaßnahmen, zwei die sich auf Kommunikation beziehen. „Einbeziehung der Öffentlichkeit in das Braunbärenmanagement“ und „Öffentlichkeitsarbeit, Bildung und Information“.

Der Ausrottung der Bären in den Alpen liegen ökonomische Gründe zugrunde, die durch kulturelle Aspekte noch verstärkt wurden. Ob nun eine alpenweite Bären-Metapopulation wieder aufgebaut werden kann, ist ebenfalls von menschlichen Entscheidungen und Aktionen abhängig. Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation zielen daher auf eine breite Zustimmung der einheimischen Bevölkerung und sind damit eine wichtige Voraussetzung für den Schutz des Braunbären.

Probleme mit Bären und Großraubtieren generell, sind nicht einzigartig und vieles kann aus gemeinsamen Überlegungen und einem Erfahrungsaustausch aus anderen Ländern gelernt werden. Der Austausch der Projekte aus Italien, Österreich und Slowenien bildet somit die Grundlage für diese Kommunikationsleitlinien.

3 EINE KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE

Eine erfolgreiche Kommunikationsstrategie muss sowohl an die jeweiligen Zielgruppen, aber auch den jeweiligen Zeitpunkt angepasst werden. In Anbetracht dieser Vorgaben werden die hier vorgeschlagenen Maßnahmen in drei Phasen eingeteilt:

- „Vorinformation“: Vorbereitung auf eventuelle Wiedereinwanderungen in potentielle Bärenhabitats (für nähere Einzelheiten siehe auch Kapitel **4 – Bevor Bären erstmals auftreten**);
- „Routine“: Betreuung und Information in Gebieten, die bereits von Bären besiedelt sind, oder wo die Art sporadisch auftritt (für nähere Einzelheiten siehe auch Kapitel **5 – In aktuellen Bärengebieten**);
- „Krisen“: außergewöhnliche Situationen; wenn die Braunbärenpopulation durch den Menschen in Gefahr gerät; mit Vorhaben von „übergeordnetem“ öffentlichem Interesse, welche negative Auswirkungen auf die Art haben können (für nähere Einzelheiten siehe auch Kapitel **6 – Wenn Bären einer Bedrohung ausgesetzt sind**).

Jede der oben aufgelisteten Phasen sollte präzise geplant werden und die für den Bärenschutz grundlegende Regel beinhalten: „so wenig Raum wie möglich für Spekulationen offen lassen!“

Vor jedem Projektstart (**Erster Schritt**) muss ein strategischer Kommunikationsplan erstellt werden, der auf genauen Situationsanalysen basiert (allgemeiner Zusammenhang, Akzeptanz der Art, Umfeldanalyse, Zielgruppen und Bedürfnisse der Interessensgruppen, zur Verfügung stehende finanzielle Mittel, etc.). Die Ziele, sowie der Weg der Umsetzung müssen klar definiert sein. Dieser Plan sollte in Zusammenarbeit von Kommunikationsexperten und Wildtiermanagern entwickelt werden und eine Reihe von kurz- und langfristigen Aktionen definieren. Diese müssen auf die verschiedenen Phasen und Situationen innerhalb des Bärenmanagements angewendet werden können.

Der **Zweite Schritt** sollte die Überwachung dieser Strategie sein, um die Effizienz der festgelegten Methode zu überprüfen. Eine mögliche Methode, um dies herauszufinden sind öffentliche Meinungsumfragen und/oder Testgruppen.

Durch einen ständigen Feedback-Prozess sollte der **Dritte Schritt** die Korrektur oder Änderung von wirkungslosen Strategien beinhalten.

Um konkrete Inhalte liefern zu können, ist eine Sammlung und Analyse von wissenschaftlichen Daten in den Bärengebieten dringend erforderlich. Nur wenn auf Basis von wissenschaftlich belegten Tatsachen argumentiert wird, erreichen die Akteure des Bärenmanagements Vertrauenswürdigkeit und Einfluss.

4 BEVOR BÄREN ERSTMALS AUFTRETEN

Die dargelegten Aktivitäten – „Vorinformationen“ – sind für folgenden Fall vorgesehen: **Gebiete, in denen keine Braunbären leben, wo aber in naher Zukunft ein Auftreten von Bären erwartet werden kann.**

4.1 Zielsetzungen

Die Kommunikationsstrategie sollte an folgende Zielgruppen gerichtet sein (geordnet nach Wichtigkeit):

1. Lokale Verwaltungsbeamte und zuständige Behörden (Gemeinde, Bundesland, Provinz, Park/Naturreservat, etc.);
2. Einheimische Bevölkerung;
3. Jäger und Jagdverbände;
4. Züchter, Schäfer, Landwirte und Imker;
5. Förster, Vertreter des Fischerei und des Wasserbaus oder andere Berufsgruppen die im Freiland arbeiten;
6. Schüler und Lehrer;

4.2 Ziele

Aufklärung – sowohl hinsichtlich der Biologie des Braunbären, aber auch über die Voraussetzungen für den Erhalt und die Wiederausbreitung der Art – sollte transparent und sachlich sein

Das Ziel sollte sein:

- Verständnis für die Bedeutung der Rückkehr des Braunbären, hinsichtlich der ökologischen, kulturellen und ökonomischen Relevanz des Bären (zum Beispiel der Bär als Bestandteil des Ökosystems, Wert des Bären für den Erhalt der biologischen Vielfalt, der Bär in der Kultur und Tradition der Gegend) zu schaffen;
- Die rechtliche Stellung des Braunbären auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene zu erläutern. Auf europäischer Ebene wird der Braunbär beispielsweise in Anhang II der FFH-Richtlinie (92/43/EWG) angeführt, wo er unter „prioritäre Arten“ (Kennzeichnung durch Sternchen) als Art „für deren Erhaltung der Gemeinschaft besondere Verantwortung zukommt“ (Artikel 1 der 92/43/EWG) und „für die die Mitgliedstaaten den Erhaltungszustand zu überwachen haben“ (Artikel 11 der 92/43/EWG). In Anhang IV der FFH-Richtlinie ist der Braunbär ebenfalls aufgelistet unter den „Arten von gemeinschaftlichem Interesse, denen ein strenger Schutzbedarf zukommt“. Zudem ist der Braunbär in Anhang II der Bern Konvention von 1979 („Arten streng geschützter Fauna“) genannt;
- Vertrauen gegenüber dem Bärenmanagement – Strategien (erläutern von Zielen, Methoden, etc.) zu schaffen;
- Die lokale Bevölkerung am Bärenmanagement zu beteiligen (zum Beispiel Weichenstellung für einen positiven und konstruktiven Dialog), ohne dass die Anwesenheit dieser Spezies als aufgezwungen empfunden wird;
- Den Menschen Hilfsmittel zur Verfügung zu stellen, um in geeigneter Weise mit Bären umzugehen und Gerüchte und Irrglauben aufzuklären. Bären werden in vielen Bereichen die verschiedensten „seltsamen“ Verhaltensweisen zugeschrieben, wie beispielsweise die folgenden: Bären stehen auf ihren Hinterbeinen, wenn sie im Begriff sind anzugreifen (in Wahrheit deutet dieses Verhalten lediglich auf Misstrauen und Unsicherheit hin). Wegen ihrer kürzeren

Vorderbeine rennen Bären schneller bergauf als bergab, weshalb es immer besser ist bergab zu laufen (in Wirklichkeit sind ihre Beine gleichlang und sie können in beide Richtungen gleich schnell laufen); sie können nicht auf Bäume klettern – demnach genügt es die Baumspitze zu erreichen, um vor ihnen zu fliehen (in Wirklichkeit sind Bären gute Kletterer). All diese Überzeugungen sind irreführend und können soziale Akzeptanz verhindern: zuverlässige und wahrheitsgetreue Informationen sind demzufolge für die Vorbereitung der Rückkehr dieser Art unabdingbar.

4.3 Vorbereitungen zur Rückkehr des Braunbären

Einige Maßnahmen, die als nützlich für diese Phase des Bärenschutzes angesehen werden sind im Folgenden aufgelistet, dabei wurde eine Unterscheidung in höhere und geringere Prioritäten vorgenommen.

4.3.1 Primäre Aktivitäten

- Festlegen von Funktionen und Kompetenzen. Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit ist es sinnvoll die verschiedenen Aufgabenbereiche in der Kommunikation, je nach Erfahrung und Wissen unter den jeweiligen Beteiligten/Zuständigen klar aufzuteilen. Damit wird verhindert, dass mehrere Projektpartner an ein und derselben Aufgabe arbeiten (z.B. doppelt produzierte Broschüren) oder widersprüchliche Informationen verbreitet werden (z.B. mehrerer Zeitungsartikel mit widersprüchlichen Informationen). Eine klare Rollenverteilung und Festlegung der Kompetenzen ist auch für alle anderen Managementmaßnahmen abseits der Öffentlichkeitsarbeit notwendig (Schadensbegutachtung, Monitoring, ...).
- Betreuung und Ausbildung von erfahrenem Personal für praxisorientierte Kommunikation vor Ort. Um auf das Auftreten des Bären, aber vor allem eventuelle Konfliktsituationen zwischen Mensch und Bär vorbereitet zu sein, werden Ansprechpartner für Bärenfragen ernannt. Als Beispiel dient die österreichische Lösung des Bärenanwalts. Diese Bärenanwälte haben eine zentrale Bedeutung als Anlaufstelle für jedermann in Bärenfragen und stellen damit einen wichtigen Teil des Bärenmanagements dar.
- Betreuung und Ausbildung von Aufsichtsorganen. Die Präsenz von ausgebildeten Aufsichtspersonen in den Wäldern kann sinnvoll sein. Sie geben Auskunft über Biologie und Ökologie der Braunbären, über das derzeitige Verbreitungsgebiet, das Erkennen von Spuren und erteilen Ratschläge über das richtige Verhalten bei der Begegnung mit Bären. Diese Tätigkeiten der Aufsichtspersonen sollten auch in ständigen Bärengebieten beibehalten werden.
- Aufbau professioneller Beziehungen zu den Medien. Gerüchte und Interpretationen von selbsternannten „Bärenexperten“ können für die tatsächlich agierenden Personen im Bärenschutz kontraproduktiv sein. Aus diesem Grund ist es dringend notwendig einen direkten Informationskanal zu den Medien einzurichten: vor allem der Aufbau von Kontakten zu Journalisten, die eine positive Einstellung dem Bären gegenüber haben („Bärenfreundliche Journalisten“) ist sinnvoll. Dies soll die Benutzung weniger kompetenter und weniger vertrauenswürdiger Quellen und damit eine falsche Darstellung der Situation verhindern.
- Aufbau guter Kontakte mit politischen Entscheidungsträgern. Langfristige politische Unterstützung ist für Braunbären-Schutzprojekte unverzichtbar. Demzufolge ist es wichtig, gute Beziehungen auf der politischen Ebene aufzubauen, um Vertrauen zu schaffen und einen unmittelbaren Informationskanal einzurichten, der vor allem in Krisensituationen nützlich sein kann. Da die politischen Entscheidungsträger

wechsell können, müssen diese „guten Kontakte“ immer wieder aktualisiert und erneuert werden.

- Aufbau von Kontakten mit Experten aus anderen Gebieten mit Bärenvorkommen. Menschen die auf einen jahrelangen Erfahrungsschatz im Umgang mit Bären zurückgreifen können, sind wichtige Ansprechpartner und können hilfreiche Ratschläge geben. Den Rat diese Leute zu kontaktieren, wenn Bären erstmals wiederkehren, ist daher vernünftig (<<Wir hatten hier niemals zuvor Bären und nun durchstreift ein Bär unseren Bezirk: Weshalb nicht beim benachbarten, „bären-erfahrenen“ Behördenvertreter um Rat fragen?>>).
- Broschüren und Prospekte. Broschüren und Prospekte haben den Vorteil standardisierte Informationen großflächig verteilen zu können. Besonders in dieser Phase sind sie nützlich, da z.B. allgemeine Verhaltensregeln im Falle einer Begegnung von Bär und Mensch erklärt werden können. Wenn Broschüren gut aufgebaut sind tragen sie auch zum Abbau von Vorurteilen bei.
- Versammlungen und Vorträge für Interessensgruppen. Um eine breite Akzeptanz für den Braunbären zu schaffen, ist es unbedingt erforderlich die am meisten betroffenen Gruppen (z.B. Hirten, Schafzüchter, Imker, Landwirte, etc.) unmittelbar zu beteiligen. Die Einbindung dieser Interessensgruppen trägt zum Abbau von Zweifeln bei und hilft Ängste zu reduzieren. Als Anreiz zur Teilnahme an solchen Veranstaltungen können verschiedene „Incentives“ überlegt werden (Informationen über Schadensabgeltungen, Förderungen, Buffets, Geschenke, ...).
- Konferenzen/Seminare für Fachleute. Eine wissenschaftliche Betreuung des Projekts soll vor allem Vertrauen und Glaubwürdigkeit schaffen. In Seminaren und bei Konferenzen sollen Ergebnisse der wissenschaftlichen Untersuchungen an regionale Behörden und auch Medien weitergegeben werden. Dadurch kann nicht nur politisch, sondern auch öffentlich zu einer besseren Meinung über den Braunbären beigetragen werden.

4.3.2 Zusätzliche Aktivitäten

- Unterrichtsstunden und Bildungsaktivitäten. Die Sensibilisierung der jüngeren Generationen ist enorm wichtig, um auch in Zukunft die Akzeptanz der Bären zu sichern und somit die Basis für die Entwicklung einer alpenweiten Bären-Metapopulation zu fördern. Bildungsangebote für Grund-, Weiterführende- und Oberstufenschulen schaffen nicht nur Akzeptanz unter den Schülern, sondern können letztlich auch die Eltern erreichen.
- Ausstellungen und/oder besondere Veranstaltungen. Diverse Veranstaltungen in potentiellen Bärengebieten können bereits vor dem ersten Auftreten des Bären für Akzeptanz und Aufklärung sorgen. Theaterstücke, Volksfeste, Wettbewerbe, etc. sollen dabei möglichst viele Menschen begeistern und mir alten Vorurteilen aufräumen.

5 MAßNAHMEN IN AKTUELLEN BÄRENGEBIETEN

Die hier vorgeschlagenen „Routine“ Aktivitäten sind für den folgenden Fall vorgesehen: **Gebiete, in denen Braunbären in gewisser Beständigkeit – sei es dauerhaft oder sporadisch – präsent sind.**

5.1 Zielsetzungen

Die Kommunikationsstrategie sollte an die folgenden Zielgruppen gerichtet sein (geordnet nach Wichtigkeit):

1. Einheimische Bevölkerung;
2. Jagdverbände und Jäger;
3. Züchter, Schafhirten, Landwirte und Imker;
4. Förster, Vertreter der Fischerei- und des Wasserbaus und andere Berufsgruppen die im Freiland arbeiten;
5. Schüler und Lehrer;
6. Touristen;
7. Wissenschaftliche Gesellschaft;
8. NGOs und örtliche Vereine;

5.2 Ziele

Ein einmal etablierter Glaube hält sich bekanntlich lange. Daher muss dieselbe Anstrengung wie in der „Vorbereitungs“-Phase fortgeführt werden, damit Gerüchte und falsche Überzeugungen überwunden werden. Zudem sollte die Kommunikation vertrauenswürdig, transparent, zeitlich abgestimmt sowie den aktuellen Erfolgen und Gegebenheiten des Schutzprojekts angepasst sein.

Durch Bären ausgelöste Konflikte sollten nicht verborgen oder verleugnet, sondern ehrlich angesprochen werden, begleitet von möglichen Lösungsansätzen oder notwendigen Kompromissen zur Vermeidung, Vorbeugung oder Milderung solcher Auseinandersetzungen.

Besonders in dieser Phase bilden wissenschaftliche Untersuchungen die Basis für eine zielgerichtete Kommunikation, da sie eindeutige und gesicherte Daten über die Art zur Verfügung stellen. Damit helfen sie Emotionalität und Fehlinformation zu entkräften. Für den Fall, dass aufgrund zu geringer Zahl vorhandener Bären oder anderer Ursachen, keine Forschung betrieben werden kann, muss eine standardisierte Datenbank erstellt werden: dies wird in jedem Fall für weitere Kommunikationsaktivitäten von Nutzen sein.

Neben den für die „Vorbereitungsphase“ gesetzten Zielen, die auch weiterhin ihre Bedeutung beibehalten, sollte die Öffentlichkeitsarbeit in dieser Phase besonders abzielen auf:

- Die Verbesserung des Dialoges mit Bewohnern der Bärengebiete und Interessensgruppen, deren Einstellung sich leicht ändern kann;
- Das Bewahren eines hohen Akzeptanzlevels;
- Die Bereitstellung detaillierter Information über auftretende Ereignisse.

Eine zusätzliche Gefahr birgt die oft übertriebene Beachtung die dem Bären, entgegengebracht wird. Meist kann unverhältnismäßige Aufmerksamkeit durch Medien, politische Instanzen oder der Bevölkerung zu äußerst negativen Entwicklungen führen. Eine instrumentalisierte Ausbeutung des Bären für verschiedenste Interessen kann zur Folge haben, aus einer anderen Motivation heraus Stimmung für oder gegen den Bären zu machen, bzw. um Wählerstimmen zu gewinnen.

5.3 Routine Aktivitäten

Einige Maßnahmen, die als nützlich für diese Phase des Bärenschutzes angesehen werden sind im Folgenden aufgelistet, dabei wurde eine Unterscheidung in höhere und geringere Prioritäten vorgenommen.

5.3.1 Primäre Aktivitäten

- Bekanntmachung der Schadensabgeltung und vorbeugenden Präventionsmaßnahmen.
Diese Aktion erfordert das Vorhandensein einer bereits bestehenden Gesetzgebung oder Regelung für Schadensprävention und –kompensierung. Die Ausführung dieser Tätigkeit erfordert das Erstellen von Prospekten, die Themen wie Schadensabgeltung und Präventionsmaßnahmen aufgreifen und an Interessensgruppen verteilt werden. In entsprechenden Versammlungen mit den betroffenen Interessensgruppen sollten Neuerungen und Änderungen über Schadensabgeltungsmaßnahmen erklärt werden. Eine enge und dauerhafte Beziehung mit den Interessensgruppen muss stets angestrebt werden, um über die aktuelle Situation, über Projekte und Fortschritt auf dem Laufenden zu halten. Im Gegenzug dazu erhält man auch einen Einblick über die Stimmung innerhalb der Interessensgruppe zum Thema Braunbär. Letzteres erscheint äußerst wichtig, um bereits vor einer „Krise“ aktiv zu werden.
- „Bären-Hotlines“. Eine für die Öffentlichkeit eingerichtete Telefon-Hotline für Bärenprobleme, Notfälle oder Fragen bietet eine gute Möglichkeit Vertrauen zu bilden. Über eigene Bären-Hotlines für eine schnelle Kommunikation mit Experten oder Behörden sollte ebenfalls nachgedacht werden: vor allem in Krisensituationen scheint dies von besonderer Wichtigkeit. Für den richtigen Gebrauch und den nötigen Bekanntheitsgrad kann die Bärenhotline an andere Telefonnummern angehängt werden, die in Krisensituationen von der Öffentlichkeit kontaktiert werden, so z.B. Polizei- und Notrufnummern.
- Informationen über die Medien. Das Nutzen von „bärenfreundlichen Journalisten“ (siehe „Vorbereitungs“-Phase) ist hilfreich für das Verwirklichen der oben genannten Ziele. Regelmäßige Berichterstattung über die aktuelle Situation, Projekte und Fortschritte in der lokalen Presse (Zeitungen, Zeitschriften, aber auch Radio und Fernsehen) ist ausgesprochen nützlich, wenn es darum geht die örtliche Bevölkerung in die Bärenthematik einzubinden. Damit kann das Risiko eingedämmt werden, dass der Bär an Akzeptanz verliert. Es entsteht nicht das Gefühl nicht regelmäßig informiert zu sein, oder dass etwas verheimlicht wird. Im Besonderen sind Zeitungsartikel grundlegend für den Umgang mit „speziellen Situationen“ (positiver wie negativer Art): es ist nützlich Pressekonferenzen und -mitteilungen aktiv zu betreiben und die Nachrichtenverbreitung mitzugestalten. Andererseits scheinen Newsletter oder Zeitschriftenartikel für das routinemäßige Aktualisieren einer Situation geeigneter und können helfen eine Unterstützergruppe aufzubauen.
- Schulstunden und Bildungsaktivitäten. Das Einbeziehen und die Bildung der jüngeren Generationen scheint eine sichere Methode zu sein, um langfristig die

öffentliche Meinung zu verbessern. Vor allem da Umweltbildung nicht auf eine reine Wissensvermittlung über den Braunbär bei den Schülern abzielt, sondern damit auch die Eltern zu erreichen versucht. Natürlich sollte ausgebildetes Bildungspersonal diese lehrenden Aktivitäten durchführen: nicht nur auf biologische und ökologische Aspekte sollte dabei eingegangen werden, sondern auch auf die örtliche Tradition und Kultur. Ein über den Bären informiertes Kind wird als Erwachsener Bärenschutz unterstützen.

- Öffentliche Vorträge, Informationsveranstaltungen, Konferenzen und Kurse. Vorträge, Versammlungen und Konferenzen sollten regelmäßig stattfinden, da hierbei Informationen und Neuigkeiten durch Fachleute direkt (ohne irgendeinen Vermittler, wie es bei Zeitungen, Radio/Fernsehen der Fall ist) an die Öffentlichkeit weitergegeben werden können. Die Möglichkeit spezielle Kurse und/oder Seminare abzuhalten, sollte in Erwägung gezogen werden, um Kenntnis, Akzeptanz und das Engagement dem Bären gegenüber zu steigern. Der Einsatz eines Mediators (z.B. eine Person, die derselben Interessensgruppe angehört) ist ratsam, um das Risiko einer geringen Teilnehmerzahl oder Verständigungsschwierigkeiten zu minimieren: ein Schafhirte wird eher weniger einem Bärenexperten gegenüber aufgeschlossen sein, aber er wird mit Sicherheit einem Delegierten des örtlichen Schafzüchterverbandes, der über den Bären spricht, seine Aufmerksamkeit schenken.
- Texte, Flugblätter, Newsletter. Obwohl sie gewöhnlich nur von äußerst interessierten Leuten gelesen werden und somit keine weite Verbreitung finden, stellen sie dennoch ein weiteres Medium dar, um das Thema Bärenschutz vorzustellen und effektive Antworten auf viele Themen zu geben. Themenbeispiele, die von solchen Monographien abgedeckt werden, sind: allgemeine Informationen über Biologie und Ökologie dieser Art, wissenschaftliche Untersuchungen, die in diesem Gebiet durchgeführt wurden, potenzielle Gefahren im Zusammenhang mit Bären.

5.3.2 Zusätzliche Aktivitäten

- Filmdokumentationen. Entsprechend der vorhandenen Ressourcen und v.a. finanzieller Mittel erscheint dieses Medium für die unterschiedlichsten Zwecke, wie Schulunterricht und Fernsehsendungen, sehr nützlich. Die Vorstellung des Bärenmanagements bei einem breiten Fernseh-Publikum stärkt das Vertrauen in die Entscheidungen des Bärenmanagements.
- Ausstellungen, Stände, Museen und Volksfeste. Der Aufbau von Informationszentren sowie die Organisation besonderer Veranstaltungen kann als ein gutes Mittel für die Involvierung von Menschen angesehen werden. Sie steigern das Interesse und fördern die positive Einstellung dem Bären gegenüber, sofern es sich nicht um reine Werbeveranstaltungen handelt, sondern die Vermittlung von Inhalten im Mittelpunkt steht. Geeignete Bewerbung (auf lokaler Ebene) und schließlich gute Medienberichterstattung (auf einer breiteren Ebene) ist unentbehrlich.
- Web-Seite. Obwohl das Internet nicht immer als entscheidendes Informationsmittel für die lokale Bevölkerung betrachtet werden kann, da es normalerweise nicht die potentiell problematischen Interessensgruppen erreicht, kann es trotzdem dienlich sein, um Unterstützung und Beteiligung am Bärenschutz zu schaffen. Web-Seiten sollten regelmäßig aktualisiert werden sowie in Englisch verfügbar sein, da das Internet auch von ausländischen Bärenunterstützern, Touristen und Experten eine breite Verwendung findet.

- Geführte Exkursionen und Touren, Informationstafeln. Sie sind von besonderer Bedeutung um Touristen zu involvieren. Informationen werden vor Ort vermittelt, wo Bärenmanagement stattfindet. Einheimische nehmen erfahrungsgemäß selten an geführten Exkursionen teil, die an ihrem Wohnort stattfinden. Fachkundige Führer sind von äußerster Wichtigkeit, da es den Teilnehmern erlaubt Antworten auf ganz bestimmte Besorgnisse und Vorbehalte zu bekommen. Obwohl Touristen im Vergleich zur einheimischen Bevölkerung (siehe Paragraph 5.1) weniger ausschlaggebend sind, kann es dennoch helfen sie auf der Seite der Bärenbefürworter zu haben, um auch Reiseveranstalter und, in Touristengebieten, Teile der einheimischen Bevölkerung zu überzeugen.
- Informative Spielsachen oder Souvenirs. Wieder vor allem an Touristen gerichtet, kann der Verkauf von Bärensouvenirs, begleitet von Prospekten, Informationen vermitteln und eine positive Einstellung der Art gegenüber hervorbringen.

6 WENN BÄREN BEDROHT SIND

Von einer Krisensituation wird hier ausschließlich vom Standpunkt des Artenschutzes gesprochen, es handelt sich hier um Situationen in denen einzelne Braunbären oder der Gesamtbestand zum Beispiel durch übergeordnetes öffentliches Interesse stark gefährdet sind.

Diese Phase gehen zumeist folgende Warnsignale voraus:

- Auftreten von Problembären in einem Gebiet. Ein Bär wird als Schadbär definiert, wenn er wiederholt Schäden an menschlichem Eigentum provoziert (z.B. Reißen von Vieh, Zerstören von Bienenstöcken); er wird als „gefährlich“ eingestuft (Risikobär), wenn sich sein Verhalten so grundlegend verändert, dass er die Scheu vor dem Menschen verliert;
- Das Thema Braunbär erweckt ein hohes politisches und/oder mediales Interesse. Braubären werden instrumentalisiert und als Inhalt politischer Debatten verwendet. Politische Parteien benutzen Bären, um gegnerische Parteien anzugreifen oder die Politik nimmt direkten Einfluss auf den Braunbärenschutz und dessen Projekte;
- Verbände oder Gruppierungen, die zum Bär negativ eingestellt sind, berufen Versammlungen ein, mit dem Ziel diese Art loszuwerden.
- Die Akzeptanz innerhalb der Gesellschaft nimmt im Allgemeinen ab.

6.1 Zielsetzungen

Krisensituationen können sich sehr unterschiedlich gestalten, so dass es kaum möglich ist, einen allgemein gültigen Leitfaden zu erstellen.

Auf jeden Fall spielen Medien in dieser Phase eine besonders bedeutende Rolle, da sie von Kontroversen angezogen werden und folglich dazu neigen jeder Neuigkeit, auch falschen und zweideutigen Darstellungen, Bedeutung beizumessen. Derartige Berichterstattung führt in Folge leicht zu unangemessenen Reaktionen der Öffentlichkeit und der Politiker.

In Krisensituationen sollten Kommunikationsbemühungen hauptsächlich an folgende Zielgruppen gerichtet sein:

1. Lokale Verwaltungsbeamte und zuständige Behörden (Gemeinde, Bezirk, Bundesland, Park/Naturreservat, etc.)
2. Massenmedien
3. Einheimische Bevölkerung

6.2 Ziele

In Krisensituationen kann die öffentliche Meinung sehr schnell von Akzeptanz in plötzliche Intoleranz kippen. Solche Situationen müssen beim Bärenschutz bedacht werden, da mit der öffentlichen Akzeptanz auch das Vertrauen in das Bärenmanagement und die handelnden Personen zurückgeht.

Die folgenden Regeln sind nützlich, um Krisensituationen so gut wie möglich zu meistern:

- Eine Versammlung sollte möglichst rasch Funktionen und Zuständigkeitsbereiche unter allen Beteiligten festlegen (z.B. Bärenexperten, Verwaltungsbeamte, Aufseher): Die vereinbarten Regeln müssen von allen Zuständigen strikt eingehalten werden.

- Integration und Meinungsaustausch mit allen anderen nötigen Behörden; alle Schritte müssen gemeinsam vollzogen werden;
- Schnelles und tatkräftiges Informieren bereits bestehender Medienkontakte;
- Lediglich einen oder wenige fachkundige Sprecher nominieren, die mit den Journalisten kommunizieren: diese Sprecher müssen zuverlässig und kompetent sein;
- Auf negative oder polemische Nachrichten sollten keine unüberlegten Antworten geben werden, um die Debatte nicht noch auszuweiten. Ansonsten müssen Fragen aber klar und vollständig beantwortet werden, um die Situation korrekt und sachlich darzustellen. Bei der Kommunikation mit Medien muss versucht werden, die emotionale Komponente auszuklammern und den Fokus zurück auf biologische und ökologische Aspekte zu lenken. Das heißt, falls ein Bär im Wald einen Menschen verfolgen sollte, soll auch darauf hingewiesen werden, dass Bären den Menschen nicht als Beute ansehen.

6.3 Krisenaktivitäten

Einige Maßnahmen, die als nützlich für diese Phase des Bärenschutzes angesehen werden sind im Folgenden aufgelistet, dabei wurde eine Unterscheidung in höhere und geringere Prioritäten vorgenommen.

Solche Aktivitäten könnten eine schnellere Kontrolle der Krisensituation ermöglichen und negative Auswirkungen verhindern (wie zum Beispiel eine Unterbrechung des Schutzprogrammes).

6.3.1 Primäre Aktivitäten

- Kontakte mit gebietskundigen Behörden. Um kompetent und auf ausgewogene Weise die Situation darzustellen und auf Fragen und Unsicherheiten einzugehen, ist es unbedingt erforderlich die Sachlage vor Ort genau zu kennen. Während der Krisensituation ist ein zuvor eingerichtetes Kontaktnetz von lokalen Behörden wichtig, um aktuelle Neuigkeiten über die Ereignisse zu erhalten und eine gemeinsame Handlungsstrategie für alle beteiligten Behörden zu entwickeln.
- Beratung von Bärenexperten. Um eine fachlich gute Beratung zu erhalten und um bereits gesammelte Erfahrungen auszutauschen, ist die Organisation eines Gipfeltreffens von Bärenexperten nützlich. Dies sollte daher einer der ersten Schritte zu Beginn der Krise sein.
- Medienkontakte. Da Medien die Situation oftmals noch verschärfen, sind bestehende Kontakte mit ihnen besonders wichtig, um für eine Lösung der Krise und für die Wiederherstellung einer sachlichen und ausgeglichenen Lage zu sorgen. Je nach Art der Krisensituation ist es ratsam, offen den Sachverhalt darzustellen, aber auch die Aufmerksamkeit auf positive Nachrichten (z.B. ein funktionierendes Bärenmanagement) zu lenken. Unwahrheiten und übersteigerte Meinungen müssen mit möglichen Lösungsansätzen beseitigt werden. Abhängig von bereits bestehenden Beziehungen zu den Medien kann dies durch aktives Informieren der Nachrichtensender erfolgen. Gute Kontakte zu Journalisten, die bereits in der Vorbereitungsphase etabliert werden müssen, sind unentbehrlich um diese Ziele zu erreichen, obwohl Kommentare und Nachrichten in einer Krisensituation oft auch von anderen Berichterstattern verfasst werden. Eine Pressekonferenz mit einer berühmten Persönlichkeit, einem ausländischen Bärenexperten oder einem Sympathieträger kann ebenfalls nützlich sein. Eine externe Stimme erscheint oft kompetenter, als lokale Fachleute und könnte damit zu einer Beruhigung der Lage beitragen.

- Kontakte zu Politikern. Gespräche und Lobbyingkontakte mit politischen Entscheidungsträgern können eine Krise beruhigen und eine Unterbrechung des Schutzprojektes vermeiden.
- Kontakte zu Interessensgruppen und Stakeholdern. Krisen können zu Misstrauen zwischen Interessensgruppen und dem Bärenmanagement führen, daher muss die Beziehung mit der von der Krise am stärksten betroffenen Gruppen gefestigt werden (z.B. Schafzüchter). Öffentliche Veranstaltungen, die detailliertere Informationsvermittlung erlauben und den Teilnehmern Möglichkeiten zur aktiven Diskussion bietet, sind besonders geeignet. Zuvor einberufene Mediatoren/Vermittler sind dabei von großem Nutzen, ebenso bereits eingesetzte „Bärenanwälte“ (siehe vorige Phase), die als Ansprechpartner für Bärenangelegenheiten weiter wirksam werden können.
- Bären-Hotline. Die bereits genannte Telefon-Hotline zur Beratung der Öffentlichkeit wird in Krisensituationen unersetzbar, weil sie gewöhnlich in großem Umfang von vielen Anwohnern in Anspruch genommen werden. Die Beantwortung von Fragen, Rückversicherung bei Zweifeln aber auch die Möglichkeit Kritik zu äußern, ist möglich. Die Bärenhotline muss von einem informierten fachkundigen Berater betreut werden. Und kann den Informations- und Meinungs austausch vereinfachen.
- Braunbär-Eingreiftruppe. Bei einer größeren Krise, müssen Menschen die Möglichkeit besitzen, ein erfahrenes Team für Notfälle anrufen zu können. Diese Eingreiftruppe ist in der Lage vor Ort geeignete und sofortige Maßnahmen zu ergreifen. Mitglieder der Eingreiftruppe müssen professionell ausgebildet sein und ihre Fähigkeiten einem regelmäßigen Training unterziehen. Die Eingreiftruppe muss vom Bärenmanagement (Bärenexperten, Managern und Entscheidungsträgern auf lokaler als auch nationaler Ebene) unterstützt werden.

6.3.2 Zusätzliche Aktivitäten

- Werbekampagnen. Sehr kostspielig und ihre Wirkung kann nicht garantiert werden. Doch im Anlassfall muss darüber nachgedacht werden, was nötig ist, um das Image der Bären zu verbessern und die allgemeine Akzeptanz in einem Gebiet zu steigern. Nichtsdestotrotz können solche Kampagnen besonders in Krisensituationen auch kontraproduktiv sein. Ihre Durchführung sollte mit Hilfe von erfahrenen Kommunikationsexperten gründlich überlegt werden.

7 LITERATURVERZEICHNIS

7.1 Aktionspläne

Ciucci, P., Boitani, L., 1997. *Piano di conservazione dell'orso bruno nelle Alpi orientali*. Settore diversità biologica WWF Italia: 1-107.

Decak D., Frkovic A., Grubescic M., Huber D., Ivicsek B., Kulic B., Sertic D., Stahan Z., 2005. *Brown Bear Management Plan for the Republic of Croatia*. Ministry for Agriculture, Forestry and Waer Management - Dep. for Hunting, Ministry of Culture – Dep. for Nature Protection: 1-90.

Dupré E., Genovesi P., Pedrotti L., 1998. *Studio di fattibilità per la reintroduzione dell'orso bruno (Ursus arctos) sulle Alpi centrali*. Istituto Nazionale per la Fauna Selvatica e Parco Naturale Adamello-Brenta. Rapporto Tecnico: 1-96.

Gerstl N., Laass J., Rauer G., Striebel B., 2005. *Management Plan: Bears in Austria*. Herausgeber Koordinierungsstelle für Bärenmangement

Hofer, D., Promberger, C., 1998. *Guidelines for Developing Large Carnivore Management Plans*, Wildbiologische Gesellschaft München – Munich Wildlife society. LCIE publication # 1: pp. 22.

Jonozovič M., 2003. *Brown Bear Action Plan for the Republic of Slovenia for 2003-2006*. Ministry for Agriculture, Forestry and Food: 1-20.

Jonozovič M., Ožbolt I., Koren I., Veselič Ž., Vidic J., 2002. *Brown Bear Management Strategy for the Republic of Slovenia*. Ministry for Agriculture, Forestry and Food: 1-31.

Servheen, C., Herrero, s., and Peyton, B. (eds.), 1999. *Bears. Status Survey and Conservation action plan for the world bears*. IUCN - Gland, Switzerland and Cambridge, UK: 1-309.

Swenson J., Gerstl N., Dahle B., Zedrosser A., 2000. *Action plan for the conservation of the brown bear in Europe (Ursus arctos)*. Council of Europe, Nature and Environment, 114: 1-69.

Zedrosser A., Gerstl N., Rauer, G., 1999. *Brown Bears in Austria 10 Years of Conservation and Actions fort he Future*. Umweltbundesamt Band M-117. 1-42.

7.2 Studien

Krystufek B., Flajsman B., Griffiths H., 2003. *Living with bears – A large European Carnivore in a Shrinking World*. Ecological Forum of the Liberal Democracy of Slovenia: 1-367.

Kaczensky, P., 2000. *Coexistence of brown bears and men in the cultural landscape of Slovenia*. Institute of Wildlife Biology and Game Management at the BOKU in Vienna, Munich Wildlife Society, Slovenian Hunting Association, Forest Faculty at the Biotechnical Institute at the University of Ljubljana.

7.3 Webseiten

Parco Naturale Adamello Brenta: <http://www.pnab.it/lifeursus/lifeursus.htm>
Dipartimento di Scienze Animali - Università di Udine: <http://web.uniud.it/wildlife/>
WWF Österreich: <http://www.wwf.at/bearlife>
Zavod za gozdove Slovenije: <http://www.gov.si/zgs/medved>
IUCN – The World Conservation Union: <http://www.iucn.org/themes/ssc/>
International Association for Bear Research and Management: <http://www.bearbiology.com/index.html>
Large Carnivore Initiative for Europe: <http://www.lcie.org>
Coordinated research projects for the conservation and management of carnivores in Switzerland - KORA: <http://www.kora.unibe.ch/>
Baltic Large Carnivore Initiative: <http://www.lcie.org/BLIC.htm>
Carnivore conservation: <http://www.carnivoreconservation.org/>

7.4 Kontaktadressen

Parco Naturale Adamello Brenta (*Adamello Brenta Natural Park*)
Via Nazionale, 24
I - 38080 Strembo (TN) Italy
Tel: +39 0465 806666.
Email lifeursus@parcoadamellobrenta.tn.it

Dipartimento di Scienze Animali - Università di Udine (*Udine University – Dept. of Animal Sciences*)
Via S. Mauro, 2
I - 33010 Pagnacco (UD) Italy
Tel: +39 0432 650110.
Email: stravisi@uniud.it

WWF Österreich (*WWF Austria*)
Ottakringer Straße, 114-116 -A-1160 Wien - Austria
Tel: +43-1-48817
Email: beate.striebel@wwf.at

Zavod za gozdove Slovenije (*Slovenia forest Service*)
Večna pot 2
1000 Ljubljana, Slovenija
Tel: +386 (0)1 4700050
E-mail: rjavi.medved@zgs.gov.si