

# EAZA's 'Which Fish?' Campaign

Lex Beekman, met dank aan Sandrine Camus, EAZA  
foto's EAZA

Oceanen maken ongeveer 70% deel uit van onze planeet en zijn voedsel- en inkomstenbronnen voor miljoenen mensen. Menselijke activiteiten zoals overbevissing, destructieve vismethoden, vervuiling van de zee en klimaatverandering zijn de grootste bedreigingen voor de oceanen. Daardoor komt uiteindelijk het ecosysteem in gevaar en daarmee dreigen ook essentiële voedselbronnen voor mens en dier verloren te gaan. De EAZA's *Which Fish?* Campaign probeert hier iets aan te doen.

## Doel van de campagne

Vissen en ongewervelden zijn essentieel voor menselijke consumptie en zorgen wereldwijd voor inkomen voor veel bewoners van kustgebieden. We moeten de vispopulaties dus beschermen en goed managen om te voorkomen dat er te grote en onherstelbare verliezen zullen ontstaan. De EAZA *Which Fish?* Campaign richt zich op wat wij mensen kunnen doen voor de bescherming van zeedieren met een commercieel doel. De campagne wil tevens de focus leggen op hoe we in onze dierentuinen en aquaria met de visconsumptie door onze dieren omgaan en moedigt aan om de nieuwe inzichten toe te passen, met als uiteindelijk doel om de biodiversiteit in onze oceanen te beschermen.

## De campagne heeft drie pijlers:

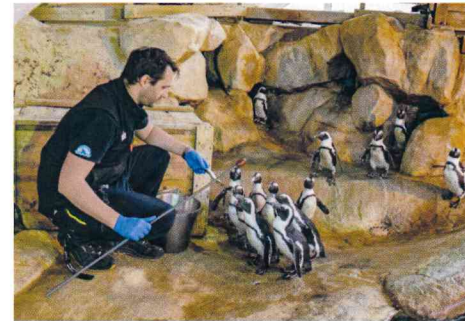
### A) Duurzame consumptie door de mens

Vissen voor consumptie moeten op een duurzame manier verkregen worden, zodat we een gezonde visstand zullen behouden. Bij de visvangst zullen kleinere hoeveelheden vis moeten worden gevangen en mogen jonge exemplaren die zich nog niet kunnen voortplanten niet gevangen worden. Overbevissing leidt tot kleinere vispopulaties en uiteindelijk tot minder vangsten.

Griekse vismarkt [foto Georgina Spyres]



Vis voeren aan pinguïns [foto A. Rosenfeld Divergence]



### B) Duurzame diervoeding

Naast de menselijke consumptie kijkt het team van de *Which Fish?* Campaign ook naar de werkwijze van dierentuinen en aquaria om hun diersoorten van vis te voorzien. *Which Fish?* daagt aquariumcuratoren uit om kritisch te kijken naar de soorten die gekozen worden als voedseldieren, en vooral ook om te kijken naar de hoeveelheden vis en ongewervelden die worden gevoerd. Het uiteindelijke doel is dat steeds meer vis en ongewervelden op een duurzame manier worden verkregen. De EAAM (European Association for Aquatic Mammals) is partner van deze campagne omdat ook zij willen bijdragen aan het bereiken van dit doel.

### C) Duurzame acquisitie van zeedieren voor het collectieplan

De derde pijler van de campagne is gericht op het creëren van een duurzaam acquisitieprogramma voor dierentuinen en aquaria voor vissen en ongewervelde zeedieren die in de collectie aanwezig zijn. Dit kan worden bereikt door duurzame collectieplannen en duurzame fokprogramma's. Hiervoor werkt het campagneteam van *Which Fish?* Campaign samen met de European Association of Aquarium Curators. Deze organisatie heeft de EUAC Animal Acquisition Guidelines geschreven. Dit is een zeer belangrijk en wijdverspreid document waar een overzicht in staat van de vragen die elke aquariumcurator zichzelf zou moeten stellen voordat er nieuwe individuen of soorten gekozen worden binnen een collectie.

Juweelkardinaalbaarzen in aquarium [foto P. Turpin]



*Which Fish?* daagt daarom de aquariumcurators uit om collectieplannen te maken waarbij de nadruk gelegd wordt op het toevoegen van duurzame soorten aan de collectie.

## Waarom een campagne voor een duurzaam beheer van vispopulaties?

De wereldwijde visproductie bedroeg in het jaar 2016 171 miljoen ton. Hiervan bestond 47% uit aquacultuur (viskwekerijen) en 53% uit visvangst. De wereldwijde visvangst bedroeg in 2016 90.9 miljoen ton, een kleine stijging in vergelijking met twee eerdere jaren. In 2015 was de totale vangst 81.2 miljoen ton en in 2014 79.3 miljoen ton. Sinds 1961 neemt de wereldwijde visconsumptie toe. In 1961 was de visconsumptie nog 9.0 kg per consument, in 2015 was dit al 20.2 kg per consument. Een groei van zo'n 1,5% per jaar. De verwachting is dat de consumptie nog verder gaat groeien.

Viskwekerij [foto Nausicaá, Frankrijk]



Vangen van sardientjes op vissersboot El Muro, Spanje [foto C. Quián]



Binnen de visindustrie wordt er met een Maximum Sustainable Yield gewerkt. In de populatie-ecologie en economie is dit de maximale hoeveelheid vis die voor onbepaalde tijd op een duurzame manier uit het bestand van die soort kan worden gevangen. Uit onderzoek is gebleken dat in werkelijkheid 31.1% van de soorten wordt overbevist, 59.9% wordt maximaal duurzaam bevist en slechts 7% wordt onderbevist.

Na pijnlijke lessen uit het verleden is het visserijbeleid er nu op gericht om overbevissing te voorkomen. Daarom wordt er jaarlijks per soort afgesproken wat een verantwoorde vangst is. Maar waar nog niet echt over nagedacht wordt, is dat er ook visbestanden opgebouwd kunnen worden die te groot zijn voor hun voedselbasis. Hier komt onderbevissing om de hoek kijken. Als je te veel bezig bent met het per soort voorkomen van overbevissing en een soort ongemerkt piekt, dan kan er op een bepaald moment te veel vis zijn voor het beschikbare voedsel.

#### Wat kunnen wij doen?

Als dierentuinmedewerkers kunnen we zorgen voor bewustzijn en kennis van de problematiek in ons eigen dierenpark of aquarium. Dat geldt zowel voor de bezoekers als de medewerkers.

Voeren van roggen bij Nausicaá aquarium [foto P. Turpin]



#### Wat is geschikt voor alle bezoekers?

- Verspreiden van het campagne informatie-materiaal naar alle bezoekers. Via het EAZA-campagne team kun je de nodige informatie krijgen. Denk aan campagneborden en informatiefolders. Deze zijn te bestellen via de website [www.whichfish.eu](http://www.whichfish.eu)
- Organiseren van publieke evenementen gericht op de campagne zoals informatieve presentaties. Ook hiervoor kun je op de campagnewebsite terecht voor meer informatie
- Het introduceren van duurzame vissoorten in de horeca van je park.

#### Wat is speciaal geschikt voor kinderen?

- Introduceer het duurzame visverhaal in schoolprogramma's en organiseer educatie mogelijkheden als je een laboratorium in je park hebt. Ook hiervoor kun je bij het EAZA-campagne team terecht voor meer informatie.

#### Wat kan de persafdeling doen?

- Deel op social media tweets en facebook-berichten over de campagne.
- Zorg ook voor bewustwording van de campagne in de persberichten. Zeker als er campagne-activiteiten op het programma staan.

#### Wat kunnen curatoren, biologen en zoölogische managers doen?

- Neem je collectieplan eens kritisch onder de loep en kijk eens of dit aan de richtlijnen van deze campagne voldoet. Uiteindelijk zorgt dit voor een duurzame manier van collectieplanning.
- Neem de voedselplanning van de viseters eens kritisch onder de loep en zorg ervoor dat er zoveel mogelijk duurzame vissoorten gevoerd worden.

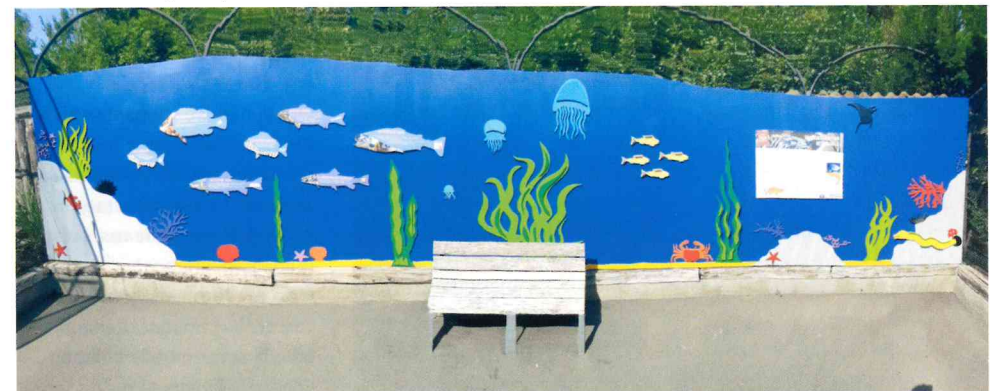
#### Wat iedereen kan doen?

Als je een visliefhebber bent, probeer eens de duurzame soorten. Deze zijn vaak net zo gezond en lekker. Net als bij fruit en groenten hebben bepaalde vissoorten een seizoenpatroon waar-

Tekenwedstrijd in Attica Zoo, Griekenland



Presentatie in Lille Zoo, Frankrijk



door het duurzamer is om in bepaalde maanden van het jaar sommige soorten wel te consumeren en andere soorten niet.

Bezoek de website van de campagne voor meer informatie en schrijf je instituut in als deelnemer. Je hoeft geen EAZA, EAAM of EUAC lid te zijn om deel te nemen.

Als iedereen zijn steentje bijdraagt en zorgt voor bewustwording bij zijn of haar bezoekers zijn we op de goede weg om in elk geval weer met een duurzame manier van visserij bezig te zijn en tevens op een duurzame manier onze aquatische soorten te kunnen houden.

*Het werk van EAZA wordt ondersteund door de European Union Life NGO funding programma. De Europese Unie is niet verantwoordelijk voor de beelden die in de publicaties te zien zijn en voor activiteiten waarbij met het fonds wordt samengewerkt.*

