

Stand: September 2023



AG ZOOLOGISCHER GARTEN KÖLN

Riehler Straße 173 · 50735 Köln · info@koelnerzoo.de · Tel. +49 [0] 221.7785-100
www.koelnerzoo.de



KÖLNER ZOO

Seit 1860

NACHHALTIGKEITS- STRATEGIE



AG ZOOLOGISCHER GARTEN KÖLN

INHALT



Einführung

04

**Unsere Definition
für „Nachhaltige
Entwicklung“**

06 – 07

—

1.

**Unsere Arbeits-
und
Kompetenzfelder**

08 – 10

2.

**Unsere
Gäste**

11 – 12

—

3.

**Unsere
Partner**

13

4.

Qualität unserer
Dienstleistungen

14

5.

Umgang
mit natürlichen
Ressourcen

15-16

6.

Nachhaltiges
Wirtschaften

17-20

7.

Unsere
Beschäftigten
Kommunizieren
Führen

21-22

Eine kurze Einführung

Mit der vorliegenden Nachhaltigkeitsstrategie bündelt die AG Zoologischer Garten Köln ihr bisheriges Nachhaltigkeitsengagement.

Die Strategie umfasst alle Unternehmensbereiche inklusive der Tochterunternehmen Zoo Shop GmbH und Zoo Gastronomie GmbH.

Das strategische Zielsystem für die nachhaltige Entwicklung unseres Unternehmens ist in die Unternehmensstrategie integriert.

Der Zeitrahmen für die Zielsetzungen variiert zwischen einem und zehn Jahren.



Prof. Theo B. **Pagel**

VORSTANDSVORSITZENDER

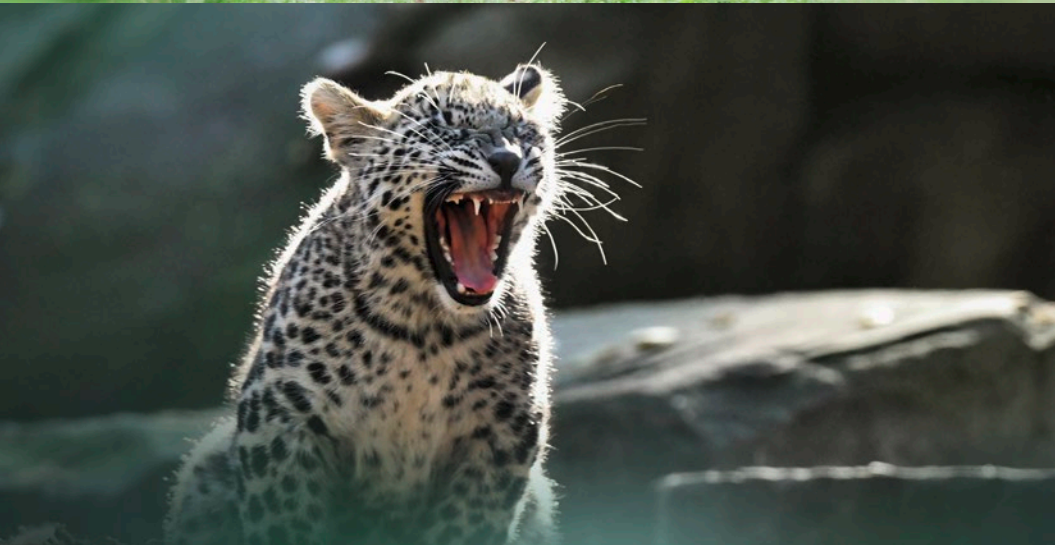


Christopher **Landsberg**

VORSTAND



ZOO GASTRONOMIE



KÖLNER ZOO



ZOO SHOP

Unsere Definition für

”

Nachhaltige Entwicklung

“

Die AG Zoologischer Garten Köln inklusive ihrer Tochterunternehmen definiert den Begriff der Nachhaltigkeit wie folgt:



”

Nachhaltige Entwicklung bedeutet für unser Unternehmen, ein Gleichgewicht zwischen ökonomischen, umweltbezogenen und sozialen Werten anzustreben.

Jede unternehmerische strategische Entscheidung wird gegen unsere eigene Nachhaltigkeitsstrategie abgewogen.

“

Für die Arbeit in unseren Kernfeldern sehen wir eine echte, transformative nachhaltige Entwicklung im Zoo wie auch in der Gesellschaft als unabdingbar.

1.

Unsere Arbeits- und Kompetenzfelder

1.1. Wir verstehen uns als modernes Artenschutz- und Bildungszentrum für Köln und die Region mit über 1 Mio. Gästen pro Jahr.

- 1.1.1. Wir sind das führende Naturschutz- und Bildungszentrum Kölns, welches weit über Köln hinausstrahlt und eine zentrale gesellschaftliche Funktion einnimmt.
- 1.1.2. Moderne Tierhaltung und Bildungskonzepte auf hohem Niveau sind Basis unserer herausragenden Position.
- 1.1.3. Unsere Bildungs- und Kommunikationsarbeit unterstützt Menschen zu begreifen, wie wichtig Natur-, Arten- und Klimaschutz für unser Leben sind. Auf vielfältige Weise vermittelt unsere Bildungsarbeit Kenntnisse über das „Ökosystem Erde“ und die enge Beziehung von Natur- und Klimaschutz. Wir begeistern mit faszinierenden Einblicken in die Welt der Biodiversität und zeigen, wie sich jeder Mensch für den Artenschutz engagieren kann.
- 1.1.4. Wir bieten „Bildung für Naturschutz und nachhaltige Entwicklung“ in Anlehnung an die Bildungsstrategie der World Association of Zoos and Aquariums (WAZA) für alle Menschen in allen Altersstufen bis zum Universitätsniveau an. Unser Angebotsfächer soll zum Umdenken führen: „Mein Handeln hat Konsequenzen – nicht nur für mich und mein Umfeld, sondern auch für andere. Ich kann mit meinem neuen Blickwinkel beitragen, achtsamer mit natürlichen Ressourcen umzugehen und für den Schutz unserer Lebensgrundlage einzutreten.“
- 1.1.5. Zooschule und Zoopädagogik setzen sich gemeinsame Ziele, um eine neue Qualität in der Bildung für Nachhaltigkeit und Naturschutz zu erreichen.

- 1.1.6. Mit unseren Angeboten fühlen sich Menschen aller Nationalitäten und Geschlechter angesprochen und wohl.
- 1.1.7. Bis Ende 2024 wird Naturschutz und Bildung für Nachhaltigkeit in allen pädagogischen Veranstaltungsformen eine Rolle spielen.
- 1.1.8. Gemeinsam vernetzen wir uns fortlaufend mit lokalen Bildungs- und Nachhaltigkeitsakteuren, um die Facetten unseres Angebotes zu erweitern. Unsere eigene intensive Fortbildung fördert unser innovatives und kreatives Denken. Dazu vernetzen wir uns national und international mit anderen Institutionen und Experten, um unser Angebot stetig zu erneuern.
- 1.1.9. In unseren Programmen achten wir konsequent darauf, dass Ressourcen geschont werden und eingesetzte Produkte nachhaltig produziert sind.

1.2. Wir halten mehr als 800 Tierarten mit rund 10.000 Tieren, züchten und stellen Nachzuchten bedrohter Arten für die Wiederansiedlung bereit.

- 1.2.1. Wir streben höchste Qualität bei der Haltung, den Gehegen sowie der Pflege und des Managements unserer Tiere an.
- 1.2.2. Wir verbinden die Haltung und Nachzucht bedrohter Tiere mit der Erhaltung der natürlichen Lebensräume, dem Aufbau von Reservpopulationen in Menschenhand und Wiederansiedlungsprojekten.
- 1.2.3. Der Anteil bedrohter Leittierarten soll zukünftig gesteigert, der Anteil nicht bedrohter Arten reduziert werden.

1.3. Wir betreiben Forschung über die im Kölner Zoo gehaltenen Tierarten und im Rahmen unserer Artenschutzprojekte.

- 1.3.1. Für eine vorbildliche, artgerechte Tierhaltung erweitern wir mit eigener Forschung und Lehre zoologisches Wissen und Verständnis durch Beschreibung bisher nicht bekannter Arten, genetische Untersuchungen, Nutzung der Wildtierdatenbanken, ethologische Studien, tierphysiologische Arbeiten bis hin zu anderen wissenschaftlichen Studien.

1.3.2. Wir setzen die aus der Forschung in situ und ex situ gewonnenen Erkenntnisse sowie Erfahrungen zur Verbesserung der Tierhaltung und zum Erhalt der Arten in der Wildnis ein.

1.4. Auch in Zukunft wird sich der Kölner Zoo weiterentwickeln und dabei die besondere Kombination historischer Anlagen mit großzügigen naturnahen Anlagen erhalten. Instrument dafür ist der Masterplan 2030.

1.4.1. Der Masterplan Kölner Zoo 2030 setzt durch Innovationsprojekte Meilensteine der weiteren Zooentwicklung. Die räumliche Gliederung des Zooareals nach geografischen Zonen wird kontinuierlich fortgesetzt. 2030 wird die baulich technische Modernisierung abgeschlossen. Im Mittelpunkt stehen dann vom Aussterben bedrohte Leittierarten, vorbildliche verhaltensgerechte Haltung in neuen Anlagen, optimales Tiermanagement und erlebbarer Natur- und Artenschutz.



2.

Unsere Gäste

- 2.1. Die Zufriedenheit unserer Gäste ist ein Eckpfeiler unserer Geschäftstätigkeit. Wir hören unseren Gästen zu, reagieren auf ihre Bedürfnisse und nehmen künftige Anforderungen vorausschauend wahr. Unser Umgang mit Gästen folgt ethischen, sozialen und umweltschutzbezogenen Werten.**
- 2.1.1. Grundlage unserer ganzheitlichen Wahrnehmung der Bedürfnisse der Gäste sind regelmäßige Befragungen mit Fokus auf das nachhaltige Verhalten des Zoos.
 - 2.1.2. Unsere Gäste werden umfassend darüber informiert, was sie kaufen (z. B. über die Herkunft unserer Produkte). Sie wirken mit, unsere Beschaffung nachhaltiger Produkte zu forcieren.
 - 2.1.3. Wir möchten, dass sich unsere Gäste wohlfühlen. Wir streben eine Verlängerung der Verweilzeiten im Zoo und eine erhöhte Besuchshäufigkeit an.
 - 2.1.4. Durch eine offene und transparente Kommunikation geben wir unseren Gästen valide Informationen über das Unternehmen und unsere Nachhaltigkeitsziele, um die Vertrauensbeziehung zu unseren Gästen aufzubauen.
 - 2.1.5. Wir kümmern uns persönlich um die Belange unserer Gäste. Der persönliche Kontakt ist in Zeiten einer zunehmenden Digitalisierung eine wichtige Konstante unserer Geschäftstätigkeit.
 - 2.1.6. Wir nutzen digitale Informationskanäle soweit wie nötig, wo sie Sinn machen und wo sie einen Mehrwert für uns und unsere Gäste bieten.

2.1.7. Wir bieten vor dem Zoobesuch unseren Gästen relevante Informationen an, weiterhin einen persönlichen Ansprechpartner/in vor Ort und eine Betreuung unserer Gäste nach dem Zoobesuch.

2.2. Mitten in der Großstadt Köln bieten wir unseren Gästen einen einmaligen Ruhe-, Erholungs- und Bildungsort an.

2.2.1. Wir richten im Rahmen der Masterplanumsetzung weitere Ruhe- zonen für unsere Gäste ein. Denn eine längere Verweilzeit der Gäste kann die Erholungsqualität und die Intensität der Naturerlebnisse verbessern.

2.3. Wir begeistern alle Gäste für Tiere, ihre Lebensräume und den Natur- und Artenschutz. Denn wir ermöglichen unmittelbare Begegnungen mit Tieren und schaffen dadurch ein Bewusstsein für die Bedeutung der Zootiere zur Erhaltung der natürlichen Populationen und fördern so die Naturverbundenheit.

2.3.1. Wir streben mehr Tier-Mensch-Interaktionen an, um Menschen mit Tieren in unmittelbaren Kontakt zu bringen und für Tiere zu begeistern.

2.3.2. Wir bieten eine erlebnisreiche, unterhaltende und lehrreiche Freizeitgestaltung an, die Spaß macht.

2.3.3. Die Bildungsarbeit für Nachhaltigkeit wird durch den direkten Kontakt von Zoobegleitern zu den Gästen an Wochenenden und in den Schulferien ausgebaut.

2.3.4. Durch eine zunehmende persönliche Ansprache begeistern wir unsere Gäste für Artenvielfalt, Biodiversität und Naturschutz. Denn unsere Gäste sind wichtige Multiplikatoren für diese Themen.

2.3.5. Wir steigern die Identifikation der Gäste mit unseren Zielen, in dem wir unseren Bildungs-, Forschungs- und Artenschutz auftrag und unsere Erholungsangebote intensiver kommunizieren.

2.3.6. Jeder Gast erhält bei seinem Besuch Informationen zu seinen persönlichen Investitionsmöglichkeiten (Spende, Erbschaft, Sponsoring) für einen intakten Naturhaushalt unserer weltweiten Projekte und für unsere Umweltbildungsarbeit.

3.

Unsere Partner

3.1. Wir wollen ein starker Partner sein: in der Region, überregional und weltweit.

- 3.1.1. Wir arbeiten mit engagierten Partnern zusammen, um unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.
- 3.1.2. Bis Ende 2023 regelt ein Verhaltenskodex (Code of Conduct) die Mindestanforderungen für die Auswahl und Bewertung geeigneter Partner.
- 3.1.3. Wir streben eine langfristige Zusammenarbeit mit unseren Partnern an.
- 3.1.4. Im Sinne eines Nachhaltigen Veränderungsmanagements (Capacity Developments) streben wir eine gegenseitige Weiterentwicklung an, um Ressourcen effektiv und effizient einzusetzen und eigene Ziele planmäßig zu verwirklichen.

3.2. Unsere Partner und Anspruchsgruppen (Stakeholder) sind integrale Akteure des Unternehmens.

- 3.2.1. Sie unterstützen uns wirksam bei der Erreichung der strategischen Ziele. Der Dialog mit ihnen wird über ausgewählte Kanäle gepflegt und findet auf verschiedenen Führungsebenen statt.

3.3. Wir verbinden lokale Erlebnisprojekte im Zoo mit globalen Naturschutzprojekten in der ganzen Welt.

- 3.3.1. Zur Sicherung der Bestände verschiedenster Tierarten kooperieren wir mit zahlreichen Partnern wie Zoos, Naturschutzorganisationen und Verbänden in der ganzen Welt.
- 3.3.2. Wir koordinieren und beteiligen uns an internationalen Erhaltungszuchtprogrammen, z. B. an den Erhaltungszuchtprogrammen (EEP) der European Association of Zoos and Aquaria (EAZA).

4.

Qualität unserer Dienstleistungen

- 4.1. Eine spürbare und erlebbare Qualität unserer Dienstleistung prägt unser Image und sichert unseren Bestand als Unternehmen. Qualität ist dabei messbar, aber auch subjektiv fühlbar. „Nachhaltiges Wirtschaften“ ist ein entscheidendes Qualitätsmerkmal unseres Qualitätsbegriffs.**
 - 4.1.1. Wir richten die Qualität unserer Dienstleistung an den Interessen unserer Gäste und an denen unserer Anspruchsgruppen (Stakeholder) aus. Wir berücksichtigen die Interessen in unserer Qualitätspolitik, unseren Kernprozessen und Angeboten.
 - 4.1.2. Neben den klassischen Qualitätsmerkmalen wie artgerechte Tierhaltung, Qualität unserer Produkte in Zoo Gastronomie und Zoo Shop sowie im Bereich Besucherservice wird nachhaltiges Wirtschaften als weiteres Merkmal eingeführt.
 - 4.1.3. Bis zum Jahr 2030 wird der Kölner Zoo durch integrierte Managementsysteme für Klima- und Umweltschutz, Energie, Sicherheit und Gesundheit sowie nachhaltiges Wirtschaften das Qualitätsmanagement verstärken.

5.

Umgang mit natürlichen Ressourcen

5.1. Wir führen ein Umweltmanagementsystem und sind ÖKOPROFIT®-Betrieb Köln. Wir gehen nachhaltig und verantwortungsvoll mit unseren natürlichen Ressourcen wie z. B. Wasser, Strom, Wärme und Rohstoffen wie Lebensmittel um.

- 5.1.1. Wir steigern das Bewusstsein unserer Gäste und Beschäftigten für einen verantwortungsvollen und bewussten Umgang mit Ressourcen und den Einsatz regenerativer Energien, sodass die Lebensräume der im Zoo gehaltenen Tiere geschützt werden.
- 5.1.2. Durch die Umsetzung innovativer Ideen, Technik und moderne Infrastruktur sowie die Bewusstseins-schaffung legen wir die Grundlagen für nachhaltiges Wirtschaften.
- 5.1.3. Als „grüne Lunge“ fördern wir durch Schonung der Ressourcen auch in Kooperation mit der Stadt Köln sowie durch entsprechende Projekte in der Region den nachhaltigen Umgang mit der Natur.
- 5.1.4. Im Rahmen unserer Bildungsarbeit wollen wir das wichtige Thema Klimawandel als eine der derzeitigen Krisen dieser Welt neben dem Verlust der Artenvielfalt den Gästen vermitteln und ihnen die Wechselwirkungen und Abhängigkeiten verdeutlichen sowie Handlungsalternativen an die Hand geben.
- 5.1.5. Wir minimieren unseren betrieblichen ökologischen Fußabdruck und fördern unsere Eigenversorgung, wo immer es möglich ist.
- 5.1.6. Effizienzpotenziale werden kontinuierlich auch in Benchmarkings mit anderen Zoos erfasst, in einem Ranking bewertet und systematisch erschlossen.

5.2. Wir werden klimaneutral und reduzieren klimaschädliche Emissionen bzw. kompensieren unvermeidliche Treibhausgase durch zertifizierte Ausgleichsprojekte.

- 5.2.1. Bis 2024 wird unsere Treibhausgas-Roadmap mit dem Ziel der Klimaneutralität als ein Instrument des Nachhaltigkeitsmanagements integriert.
- 5.2.2. Wir streben, soweit wirtschaftlich und technisch möglich, durch den Einsatz regenerativer Energien, den Einkauf von „echter“ Öko-Energie sowie von Energieeffizienzprojekten eine Unabhängigkeit von fossilen Energieträgern an.
- 5.2.3. Wir werden unvermeidbare Treibhausgasemissionen kompensieren.

5.3. Wir setzen bis Ende 2025 konsequent nachhaltige Einkaufskriterien ein.

- 5.3.1. Wir setzen bis Ende 2025 konsequent nachhaltige Einkaufskriterien ein.
- 5.3.2. Wir streben in unseren Kernprozessen die Wiederverwertung von Wertstoffen an.
- 5.3.3. Als überregional wahrgenommenes Naturschutz- und Bildungszentrum unterstützen wir nachhaltigen Konsum und Produktion – auch in unseren Tochterunternehmen.



6.

Nachhaltiges Wirtschaften

6.1. Die zentrale Verantwortung für die nachhaltige Entwicklung ist unmittelbar beim Vorstand der AG Zoologischer Garten Köln und dem Nachhaltigkeitsteam verankert.

6.1.1. Der Vorstand und sein Team kommunizieren die Strategie intern wie extern und setzen die Strategie um. Sie aktualisieren die Strategie regelmäßig, definieren operative Nachhaltigkeitsziele, legen Leistungsindikatoren fest und werten sie aus, bewerten die Fortschritte und Entwicklungen und steuern die erforderlichen Veränderungsprozesse.

6.2. Unser betriebliches Wachstum dient vor allem der Verbesserung unserer Lebensqualität, der bestmöglichen optimalen Tierhaltung, der zoologischen Forschung und der Durchführung weltweiter Naturschutz- und Artenschutzprojekte durch die Erhaltung geschlossener Stoffkreisläufe, durch den Arterhalt und Biodiversitätsschutz sowie durch die Förderung von Wildnis-Landschaften und Artenschutzgebieten.

6.2.1. Im Kölner Zoo wächst der Einsatz regenerativer Energien und nachhaltig produzierter Güter und damit das Treibhausgasemissionsarme Wirtschaften jährlich.

6.2.2. Wir nutzen konsequent die Chancen, welche sich aus einem umweltverträglichen Wachstum ergeben. Hierzu zählen das Recycling, die Kreislaufwirtschaft und die Effizienzsteigerung.

6.3. Unsere Lieferketten erfüllen von uns definierte Anforderungen an Menschenwürde, Transparenz in der Lieferkette und Umweltaspekte. Der Kölner Zoo erwartet von seinen Geschäftspartnern, dass diese die in unserem Verhaltenskodex für Geschäftspartner aufgeführten Prinzipien in allen Geschäftsbereichen weltweit umsetzen und einhalten.

- 6.3.1. Die ökologische Nachhaltigkeit und Menschenwürde in der Zulieferkette wird erreicht durch Auswahl, Bewertung und Qualifizierung geeigneter Lieferanten nach definierten Kriterien. Grundlage ist unser Verhaltenskodex, der bis Ende 2023 entwickelt wird.
- 6.3.2. Transparenz in der Zulieferkette erreichen wir, indem wir unsere Lieferketten und Lieferanten kennen.
- 6.3.3. Bis Ende 2024 werden wir einen Kriterienkatalog für die Beschaffung erarbeiten, um das Thema Nachhaltigkeit in unseren gesamten Lieferketten voranzutreiben.

6.4. Unser Umgang mit Eigentum, Geld und Finanzpartnern folgt definierten ethischen, sozialen und umweltschutzbezogenen Werten.

- 6.4.1. Unsere ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln als gemeinnützige Einrichtung, die gesellschaftliche Aufgaben übernimmt, drückt sich darin aus, dass Geld für uns nicht der Zweck unseres wirtschaftlichen Handelns, sondern die Folge dessen und ein Mittel ist, um unsere strategischen Ziele umzusetzen.
- 6.4.2. Wir gehen sorgfältig mit öffentlichen Mitteln um. Der Kölner Zoo strebt eine weitgehende finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung an.
- 6.4.3. Die finanzielle Weiterentwicklung des Kölner Zoos ist für uns wichtig, damit wir unsere gesellschaftliche und ökonomische Wirkung konstant verstärken können.
- 6.4.4. Unsere soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln bedeutet, dass wir unsere Finanzmittel vollständig in das Wachstum des Kölner Zoos reinvestieren, um unsere Reichweite und gesellschaftliche Wirkung kontinuierlich auszubauen.
- 6.4.5. Wir verstehen das in die Gesellschaft investierte Kapital als Ressource, welche dem Unternehmen ein organisches Wachstum aus

eigener Kraft ermöglicht. Besondere Ansprüche an Kapitalerträge stellen wir nicht.

- 6.4.6. Der Kölner Zoo soll rein aus dem operativen Geschäft heraus weiterhin profitabel sein.
- 6.4.7. Wir streben jährliche Projektförderungen für Artenschutzprojekte von mindestens zwei Prozent des jährlichen Gesamtbudgets ab 2023 an.
- 6.4.8. Der Artenschutz-Euro ist eines unserer Instrumente, um Artenschutzprojekte weltweit aktiv zu fördern, die auch eine menschenwürdige Arbeit und nachhaltige wirtschaftliche Entwicklungsmöglichkeiten schaffen.
- 6.4.9. Wir verstehen unsere Mittelnutzung als sozial-ökologische Investition. Wir setzen Geld als Gestaltungsmittel ein, sodass es den Naturhaushalt schützt und damit den Menschen ihre Lebensgrundlage erhält. Die weltweite Finanzierung von Projekten ist messbarer Ausdruck unseres Wertes.
- 6.4.10. Die Bereiche Fundraising, Spenden und Sponsoring werden ausgebaut und stetig gesteigert, um den Zoo unabhängiger und attraktiver zu machen und um Investitionen auf allen möglichen Ebenen zu generieren.
- 6.4.11. Unser Eigentum verpflichtet uns auf besondere Weise. Denn unser Eigentum an Gehegen, Flächen und Gebäuden dient ausschließlich dem Wohle der Allgemeinheit und dem Schutz des Naturhaushaltes.

6.5. Wir streben ein integriertes Nachhaltigkeitsmanagement an, dessen Zielsystem und Kernprozesse mittels geeigneter Indikatoren auf Wirksamkeit regelmäßig überprüft werden können.

- 6.5.1. Führungs- und Steuerungssysteme werden entsprechend der strategischen Zielsetzungen ausgerichtet.
- 6.5.2. Zugehörige operative Ziele, unter anderem Controlling-Ziele, werden bis Ende 2025 bestimmt. Dies beinhaltet den Aufbau eines Kennzahlensystems aller Managementsysteme.
- 6.5.3. Wir verinnerlichen die „Kontinuierliche Verbesserung“ als Führungskonzept einschließlich eines Ideen- und Innovationsmanagements bis 2025.

6.6. Eine hohe Motivation der Beschäftigten und Identifikation mit dem Betrieb sind für uns die Basis erfolgreicher Arbeit und innovativer Weiterentwicklung.

- 6.6.1. Im Rahmen des Aufbaus des Nachhaltigkeitsmanagements prüfen wir die Integration der Nachhaltigkeitsziele in die leistungsorientierte Bezahlung bis Ende 2025, um eine Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele bestmöglich zu fördern.
- 6.6.2. Durch ein Ideenmanagement werden Motivation, Identifikation mit dem Betrieb und die kontinuierliche Verbesserung angetrieben.



7.

Unsere Beschäftigten – Kommunizieren – Führen

7.1. Unsere Beschäftigten sind Träger aller Unternehmensleistungen und damit eine wichtige Ressource. Menschen, die bei uns arbeiten, treffen eine bewusste Wahl und tun dies aus Überzeugung. Wir wollen eine Vertrauensorganisation statt einer Kontrollorganisation.

- 7.1.1. Wir fördern eine hohe Beschäftigtenloyalität durch eigenverantwortliches Arbeiten, Anerkennung von Leistungen, gezielte Kompetenzentwicklung, Aufstiegsoptionen, faire und transparente Bezahlung und Vereinbarkeit von Familie und Beruf.
- 7.1.2. Weil die hohe Identifikation der Beschäftigten mit dem Betrieb für uns ein wichtiges Merkmal unserer Unternehmenskultur ist, dass es zu pflegen gilt, wollen wir die intrinsische Motivation regelmäßig durch Befragungen messen und weiter stärken. Durch regelmäßige Beschäftigtenbefragungen ab 2023 wird die Zufriedenheit der Beschäftigten mit dem Unternehmen und den Führungskräften erfasst und Veränderungspotentiale erschlossen.
- 7.1.3. Wir handeln und verstehen uns als Gemeinschaft, um unsere Ziele planmäßig und systematisch zu erreichen. Dabei wertschätzen wir gleichwohl den individuellen Beitrag jedes Einzelnen.
- 7.1.4. Treiber unseres regelmäßigen gegenseitigen Austauschs ist eine wertschätzende Unternehmenskultur. Deren Merkmale sind anerkennende Worte, das Erkennen der Bedürfnisse des Gegenübers, Vertrauen, Zeit zu schenken, dankbar zu sein, um Rat bitten zu können und regelmäßige Feedbackgespräche.

7.2. Wir verfolgen systematisch das Ziel einer kontinuierlichen Leistungsverbesserung im Sicherheits- und Gesundheitsmanagement, denn die

physische und psychische Gesundheit und der Arbeitsschutz unserer Beschäftigten haben oberste Priorität.

7.2.1. Eine Null-Verletzungsquote wird angestrebt. Hierzu arbeiten wir auch mit externen Partnern zusammen, um Beschäftigte zu schulen und zu sensibilisieren.

7.3. Wir wollen uns stetig weiterentwickeln und schaffen günstige Bedingungen für die Kompetenzentwicklung unserer Beschäftigten auf allen Ebenen.

7.3.1. Zur Steuerung einer erwünschten ausgewogenen Altersstruktur überprüfen wir jährlich die Entwicklung der betrieblichen Altersstruktur und Fluktuation.

7.3.2. In enger Zusammenarbeit mit externen Partnern werden die Kompetenzen der Belegschaft auf unterschiedlichen Feldern systematisch weiterentwickelt und regelmäßige Schulungen angeboten. Hierfür erarbeiten wir bis 2024 ein Konzept für die Weiterbildungsmöglichkeiten in den einzelnen Zoobereichen.

7.3.3. Wir würdigen individuelle Leistungen in unseren Jahres-Feedback-Gesprächen mithilfe eines fairen Systems finanzieller Erfolgsvariablen, die wir ständig weiterentwickeln.

7.4. Unsere Leitung übersetzt strategische Ziele in handhabbare Maßnahmen und überträgt sie an verantwortliche Beschäftigte. Wir evaluieren regelmäßig, ob und wie die Maßnahmen erfüllt werden konnten: Führen heißt für uns Vertrauen schenken und Zielerreichung überprüfen.

7.4.1. Wir definieren klare Ziele und richten unsere Entscheidungen langfristig aus. Unsere Ziele erreichen wir nur gemeinsam. Im Zweifel scheuen wir uns nicht, auch einmal etwas auszuprobieren und akzeptieren das Risiko.

7.4.2. Unsere Beschäftigten sollen erforderliche Handlungsspielräume für schnelle und zielgerichtete Entscheidungen erhalten und selbst zu Trägern des unternehmerischen Handelns und Wandels werden.

7.4.3. Wir werden das Veränderungsmanagement als Disziplin der Zukunft etablieren, um zukünftigen Anforderungen an Führungsvverantwortliche in einem sich immer schneller wandelnden Umfeld zuvorzukommen.

IMPRESSUM



VERANTWORTLICH

AG Zoologischer Garten Köln
Riehler Straße 173, 50735 Köln
Tel. +49 [0] 221. 7785-100
Fax +49 [0] 221. 7785-111

www.koelnerzoo.de

KREATION

Iris Etienne Design

BILDER ©

Klaus Gierden, Dirk Müller, Rolf Schlosser,
Volker Rentsch, Lindenberg im Allgäu (Luftbild),
iStockphoto LP, Freepik Company S. L.,
Mr. Mockup., Pexels GmbH

DRUCK

purpur GmbH, Köln

STARKE PARTNER



VdZ



WAZA
World Association
of Zoos and Aquariums