

ACADEMIEJAAR 2016-2017

WILDLIFE SOUVENIRS OP DE ARTISANALE MARKT IN LEON

EEN ONDERZOEK NAAR DE VERWERKING VAN WILDE DIEREN TOT SOUVENIRS EN DE VRAAG
HIERNAAR OP DE LOKALE MARKT

Scriptie ingediend door **DAAN JOCHEMS** voor het behalen van de bachelor na bachelor
Internationale Samenwerking Noord-Zuid.

Wildlife souvenirs op de artisanale markt in Leon

Een onderzoek naar de verwerking van wilde dieren tot souvenirs
en de vraag hiernaar op de lokale markt

Daan Jochems

Abstract

De menselijke activiteiten hebben de aarde zodanig veranderd dat andere soorten tot extinctie worden gedreven. Een van de oorzaken van het verlies aan biodiversiteit is de handel in wilde dieren. Ook in Nicaragua worden wilde dieren gevangen om levend te verkopen of te verwerken tot producten. Op de artisanale markt in Leon worden souvenirs verkocht gemaakt van wilde dieren. De organisatie Sonati werkt rond lokale milieuproblematieken door middel van educatie en conservatie. Met de medewerking van Sonati wordt de vraag naar en het aanbod van wildlife souvenirs op de lokale markt in Leon in kaart gebracht. Om dit te onderzoeken werden interviews afgenomen met verkopers, potentiële kopers en experts in het vak. Uit de resultaten blijkt dat minstens een deel van de wildlife souvenirs afkomstig is van bedreigde diersoorten en illegaal verkocht wordt. Daarnaast zijn er aanwijzingen dat tijdens het productieproces de dierenrechten geschonden worden. Hoewel potentiële kopers dit soort wildlife souvenirs afkeuren, kan hun onwetendheid er toch voor zorgen dat ze een dergelijk product kopen. Een sensibilisatiecampagne zou daarom de vraag naar wildlife producten kunnen doen afnemen.

Kernwoorden: wildlife, extinctie, Nicaragua, artisanale markt, dierenleed

Academiejaar

2016-2017

Bachelorproef ingediend voor het behalen van het diploma
BANABA Internationale samenwerking Noord-Zuid

"Wild animals are less wild and more human than many humans of this world"- Munia Khan

1 Woord vooraf

Mijn stage in Nicaragua is een heel mooie ervaring geworden. Een belangrijk deel van die ervaring werd gevormd tijdens het uitvoeren van dit onderzoek. Ik ben op zoek gegaan naar antwoorden in de straten van Leon, maar ook ver daarbuiten. Daardoor heb ik nieuwe plaatsen mogen ontdekken en mooie momenten kunnen meemaken. Mijn motivatie werd gesterkt door de talrijke behulpzame mensen die mijn pad zijn gekruist en mij een beetje informatie gunden. Natuurlijk is het onderzoek niet altijd even vlot verlopen. Het bracht ook enkele uitdagingen met zich mee. Voor elke juiste stap, werden er eerst drie in de verkeerde richting gezet. Dat heeft voor veel frustratie gezorgd. Uiteindelijk hebben alle tegenslagen, samen met de meevallers, ervoor gezorgd dat het een heel boeiend proces werd. Nu kan ik hier met trots het resultaat voorstellen. Voor ik daarmee begin, zou ik graag iedereen willen bedanken die mij gedurende de periode heeft geholpen.

Ten eerste zou ik graag het hele team van Sonati willen bedanken. Ik werd door hen onthaald met open armen en enthousiasme. Ze hebben mij een zeer boeiende stageplaats kunnen bieden. De sfeer in het team zorgde er voor dat ik me weinig verveeld heb. Daarnaast heeft de stage mij de kans gegeven om veel verschillende dingen te mogen doen. Het team heeft heel veel moeite voor mij gedaan. Daarom hoop ik met deze scriptie hen ook iets te kunnen teruggeven.

Vervolgens zou ik graag mijn medestudenten bedanken. De enthousiaste groep met diverse karakters was een grote meerwaarde. Door hen heb ik me nooit helemaal alleen gevoeld. We waren allemaal een deeltje van elkaars avontuur. De groep is op bepaalde momenten dan ook een enorme steun geweest, zeker tijdens het onderzoek.

Ook de mensen van de opleiding verdienen een woord van dank. Bedankt voor de unieke en boeiende opleiding, die er in slaagt om op slechts één jaar de studenten enorm veel wijsheid bij te brengen. De omkadering heeft ervoor gezorgd dat ik het maximum uit mijn buitenlandse ervaring heb kunnen halen. In het bijzonder zou ik mijn stagebegeleidster Ezra willen bedanken. Zij heeft mij gedurende het hele proces ondersteund met goede raad en begeleiding.

Tot slot wil ik mijn familie en vrienden bedanken. Ze waren misschien wel heel ver weg, toch hebben ook zij mij veel motivatie gegeven. Ik wil mijn ouders bedanken voor de mooie kans die ze mij hebben gegeven.

Daan Jochems

2 Management Summary (Nederlands)

Introductie en situering

Mensen gebruiken middelen uit de natuur om te overleven. De natuur kan zich slechts tot op een bepaald niveau regenereren. Daarom is het belangrijk om duurzaam om te springen met natuurlijke hulpbronnen. De bevolkingsexplosie van de laatste eeuw en de geglobaliseerde economie zorgen ervoor dat de draagkracht van de aarde overschreden wordt. Dat wil zeggen dat op globaal niveau door onze generatie meer natuurlijke bronnen geconsumeerd worden dan dat de natuur kan herstellen. Als gevolg dreigen veel soorten dieren en planten definitief te verdwijnen.

Het verdwijnen of verminderen van een diersoort uit zijn natuurlijke omgeving wordt in het Engels *defaunation* genoemd. De belangrijkste oorzaken van *defaunation* zijn de klimaatsverandering, ontbossing, vervuiling, het introduceren van exotische soorten en de jacht op wilde dieren. Bedreigde soorten worden internationaal beschermd door verschillende organisaties. De Internationale Unie voor Natuurbescherming (IUCN) publiceert de Rode Lijst waarop dieren ingedeeld zijn volgens hun status van bedreiging. Specifiek voor de handel in wilde dieren werd de 'Overeenkomst inzake de internationale handel in bedreigde soorten wilde dieren en planten' (CITES) opgericht. Deze multilaterale organisatie regelt de internationale handel en dwingt een beleid rond conservatie op nationaal niveau af. Ondanks die bescherming, worden dieren nog steeds op grote schaal verhandeld.

De handel in wilde dieren is even oud als de mens zelf. Eerst werden dieren enkel verhandeld als voedingswaar of werkkraft, maar later ook als decoratie, als huisdier of vermaakt in kledij. Producten van wilde dieren worden vandaag de dag vaak verkocht als luxeproduct. De legale handel in dieren zou elk jaar ongeveer 86 miljard euro opbrengen. De illegale handel doet daar naar schattingen nog eens 20 miljard bij. Daarmee is het na de wapen -en drugshandel de derde grootste illegale handel ter wereld.

Ook in Nicaragua bestaat er een handel in wilde dieren. De verscheidenheid aan klimaatzones zorgen ervoor dat het land enorm biodivers is. Volgens gegevens van het Ministerie van Milieu en Natuurlijke Hulpbronnen (MARENA) zijn er 2,000 vertebraten en meer dan 12,000 invertebrate soorten geïdentificeerd in Nicaragua. Daarnaast zijn meer dan 6,000 plantensoorten beschreven. Er is echter geen sterke monitoring van de natuurgebieden in Nicaragua. Daardoor wordt de jacht op economisch interessante soorten niet volledig ingedijkt. Hoewel de meest bedreigde soorten bij wet beschermd worden, is er in de praktijk bijna geen bestraffing. Om het probleem onder controle te houden, is een groot deel van de handel gelegaliseerd. De meerderheid van de dieren in de legale handel, waaronder de boa constrictor (*Boa constrictor*) en verschillende soorten padden, komen voort uit kweekcentra. Op de kaaiman (*Caiman crocodilus*) wordt in het wild gejaagd rekening houdende met strenge normen. Over de illegale handel weet men dat een deel van het aanbod hetzelfde is als op de legale markt. Daarnaast worden onder anderen verschillende soorten papegaaien, apen, luiaards en zeeschildpadden verkocht. Van de zeeschildpadden weet men dat het grootste deel verkocht wordt door inheemse volkeren aan de Caraïbische kust, die door een speciale wet op zeeschildpadden mogen jagen voor eigen consumptie.

Een deel van de dieren, zoals de papegaaien en apen, worden levend verkocht als huisdier of voor in het circus. Andere dieren worden gedood om te verwerken tot souvenirs. In Nicaragua zijn er veel markten te vinden die traditionele handgemaakte souvenirs verkopen. Er worden producten van slangen –en krokodillenleer verkocht, alsook opgezette dieren en sieraden met dierlijk materiaal. Er is echter geen duidelijk overzicht van welke souvenirs van wilde dieren afkomstig zijn en of ze al dan niet legaal zijn.

Onderzoeksvragen en methode

Sonati is een organisatie gevestigd in Leon die zich inzet voor de natuur via lokale milieueducatie en natuurconservatie. In Leon is er ook een souvenirmarkt die producten van wilde dieren verkoopt. Sonati wil de verkoop lokaal aanpakken, maar heeft weinig info over de problematiek. Via deze scriptie wordt er getracht de handel in Leon beter in kaart te brengen. Om dit te doen werd de volgende onderzoeksvraag opgesteld:

Wat is het aanbod van wildlife souvenirs op de lokale markt in León en wie koopt ze?

De vraag bestaat zowel uit het aanbod aan souvenirs als de vraag ernaar. Daarom werden volgende deelvragen opgesteld:

- 1) *Welke wildlife souvenirs worden er op de markt in León verkocht en waar komen ze vandaan?*
- 2) *Wie zijn de consumenten van wildlife souvenirs in León? Waarom kopen ze die producten?*

Om het aanbod aan souvenirs in kaart te brengen, werden op de markt in Leon verkopers geïnterviewd. Hen werd onder andere gevraagd welke wildlife souvenirs ze verkopen, waar en hoe ze gemaakt worden en of de verkoop legaal is. Daarnaast werd er op zoek gegaan naar experts die rond dit thema werken. Om te onderzoeken waar de vraag naar de wildlife souvenirs ligt, werden potentiële kopers op de markt bevraagd. Via die interviews werd er gepeild naar het bewustzijn, het koopgedrag en de mening van de respondenten over de souvenirs.

Resultaten en aanbevelingen

In het eerste deel van de scriptie werd het aanbod aan wildlife souvenirs en hun herkomst in kaart gebracht. Een eerste veelvoorkomend wildlife souvenir zijn opgezette padden. De gebruikte soort is de reuzenpad (*Bufo marinus*). Deze pad komt algemeen voor in heel Nicaragua. Er is geen enkele wet die de pad beschermt waardoor het product dus deel is van de legale markt. Volgens sommige verkopers zouden er kweekprogramma's voor de pad bestaan, maar dat kon niet bevestigd worden door experts. Ook producten gemaakt van leer van slangen en krokodilachtigen wordt frequent verkocht. Verschillende soorten reptielen, waaronder de boa constrictor, worden in gevangenschap gekweekt. Hun producten mogen dan ook legaal verkocht worden. Ook leer van de kaaiman mag legaal verkocht worden. Het is niet duidelijk of het wildleer dat verkocht wordt in Leon deel is van de legale markt of toch illegaal verkocht wordt. De populaties van de brilkaaiman en boa constrictor zijn nog stabiel in Nicaragua maar sterk teruggedrongen. Een ander wildlife product dat verkocht wordt, zijn beschilderde pluimen. De veren die gebruikt worden, zijn waarschijnlijk afkomstig van pluimvee of van

verschillende algemeen voorkomende vogelsoorten. Dit product mag ook legaal verkocht worden. Tot slot werden er sieraden gemaakt van zeeschildpadden aangetroffen. De zeeschildpad Carey is met uitsterven bedreigd en daarom bij wet beschermd.

De verkopers beschreven ook dat de dieren die voor de producten gebruikt werden soms op een gruwelijke manier sterven. De informatie kon in deze studie niet bewezen worden maar werd wel door dierenrechtenstrijder Enrique Rimbaud bevestigd. Volgens hem is er in Nicaragua op dit moment niet veel aandacht voor de rechten van de dieren. Hoewel hij zelf niet zeker weet hoe de wilde dieren worden behandeld, gaat hij van het slechtste uit.

In een tweede deel van de scriptie werd er getracht beter te begrijpen wie de consumenten van wildlife souvenirs in Leon zijn en waarom ze die producten kopen. Naar beschilderde pluimen en sieraden van de zeeschildpad is er een grote vraag, die naar slangenleer en vooral opgezette padden is relatief klein. De meerderheid van de respondenten was er niet van bewust dat de getoonde souvenirs van wilde dieren afkomstig zijn en informeerde zich daar ook niet over. Ondanks dat grote meerderheid aangeeft dat die tegen het gebruik is van wildlife souvenirs is, werd aangetoond dat er wel vraag is naar de producten. Die gegevens tonen aan dat sensibilisering het bewustzijn van de koper kan verhogen. Observatie van de verkopers toont echter aan dat ze meestal eerlijk vermelden dat hun producten van wilde dieren zijn.

Uit de vragenlijsten blijkt dat potentiële kopers vooral tegen de verkoop zijn van producten gemaakt van bedreigde dieren of dieren die aan een pijnlijke dood gestorven zijn. Uit deel één blijkt echter dat de verkopers veelal deze informatie niet kunnen bieden. Daarom wordt er aangeraden aan Sonati om wel een sensibiliseringscampagne te starten en te focussen op de conservatiestatus van de dieren en dierenleed. De motieven die de respondenten gaven om de producten te kopen kunnen als inspiratie bieden voor de campagne. Zo is het motief 'grappig' voor de pad tegenstrijdig met het productieproces waarbij de dierenrechten waarschijnlijk niet worden gerespecteerd of is kaaimanleer plots niet meer zo stijlvol als men weet dat de portefeuilles er deels voor zorgen dat het bestaan van de soort bedreigd wordt. De souvenirs die de voorrang zouden moeten krijgen, zijn de sieraden gemaakt van het schild van de karetschildpad. Het product is illegaal en afkomstig van een sterk bedreigde soort.

Dit onderzoek laat veel ruimte open voor bijkomend onderzoek. Tijdens de ondervragingen bleek dat de verkopers zeer open waren om te helpen. Mits extra tijd en inspanningen zouden er extra inzichten kunnen verworven worden in de handel. Een andere aanpak zou kunnen zijn om op zoek te gaan naar gemeenschappen die in gebieden wonen waar de economisch interessante dieren voorkomen om te zien hoe de jacht wordt georganiseerd. Daarnaast kan ook de vraag meer in detail bestudeerd worden. Men kan bijvoorbeeld de sieraden van zeeschildpadden mee opnemen in een onderzoek met potentiële klanten. Voor een sensibiliseringscampagne kan het handig zijn om te weten wat de link is tussen bewustzijn en koopgedrag.

3 Management Summary (español)

Introducción y orientación

Los humanos necesitan recursos naturales para sobrevivir, pero la naturaleza solo puede regenerarse hasta cierto punto. Por eso es importante de aprovechar los recursos naturales en una manera sostenible. La explosión demográfica del siglo pasado y la economía globalizada causa que se exceda la capacidad de carga de la tierra. Eso significa que se consumen tantos recursos naturales a nivel mundial que la naturaleza no puede recuperarse completamente. Esto resulta en un mundo donde muchas plantas y animales están en peligro de extinción.

La extinción o la reducción de una especie de animales se llama 'defaunación'. Las principales causas de defaunación son: el cambio climático, la deforestación, la contaminación, la introducción de especies exóticas y la caza de animales salvajes. Especies en peligro están protegidos internacionalmente por diferentes organizaciones. La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) publica la Lista Roja de la cual los animales están clasificado conforme a su estado de amenaza. Para luchar contra el comercio internacional de especies salvajes, la 'Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres' (CITES) fue establecido. A pesar de su protección, todavía hay un gran comercio de animales silvestres.

El comercio de la vida silvestre es tan antiguo como el hombre mismo. Primero, los animales solamente estaban comercializado como productos alimenticios o para trabajar en el campo. Después fueron vendidos como decoraciones, como mascotas o como partes de ropas. Hoy en día se venden productos de vida silvestre a menudo como un producto de lujo. El comercio legal de animales produciría anualmente unos 86 mil millones de euros, el comercio ilegal 20 mil millones. Es el tercer mayor comercio ilegal después del tráfico de armas y de drogas.

En Nicaragua hay también tráfico de animales silvestres. Por la variedad de zonas climáticas, el país tiene una biodiversidad grande. Según el Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales (MARENA) 2,000 vertebrados, 12,000 invertebrados y 6,000 especies de plantas están identificando en Nicaragua. Sin embargo, no hay una fuerte vigilancia de las áreas naturales, lo que permite la caza de especies silvestres. Aunque la mayoría de las especies en peligro de extinción están protegidas por la ley, en la práctica hay casi ningún castigo. Para controlar el problema, una gran parte del comercio está legalizado. A excepción del caimán, todos los animales en el sistema legal provienen de viveros. Animales más comunes en viveros son boas e iguanas. Estos animales se pueden encontrar también en la ruta ilegal. Además, se vende especies de loros, monos, perezosos y tortugas del mar ilegalmente. De las tortugas se sabe que la mayor parte se vende por los pueblos indígenas en la costa del Caribe. Por una ley especial que protege su cultura se pueden cazarlas para su propio consumo, pero ellos las venden también a otros.

Una parte de los animales, como los loros y los monos se venden como una mascota o para un circo, otros se matan para hacer ropas o artesanías. En Nicaragua hay muchos mercados donde se venden artesanías tradicionales. Se puede encontrar productos con cuero de animales silvestres, animales disecados y joyas con materiales de animales. Sin

embargo, no existe una visión clara de cuales artesanías provienen de animales silvestres y cuales son legales.

Preguntas de la investigación y metodología

Sonati es una organización dedicada de apoyar al medio ambiente por medio de educación ambiental y proyectos de conversación. En León hay también un mercado artesanal con artesanías fabricado de animales silvestres. Sonati gustaría tomar medidas contra el problema, pero no tiene suficiente información. El objetivo de esta tesis es de obtener una mejor idea de las ventas de productos hechos de animales silvestres. Para obtenerlo, fue elegido la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la oferta de artesanías fabricados de animales silvestres en el mercado local en León y quien las compra?

La pregunta contiene tanto la oferta como la demanda de las artesanías. Por eso se elaboraron siguientes dos preguntas:

1. *¿Cuáles artesanías hechas de animales silvestres se vende en León y de donde las vienen?*
2. *¿Quién son los consumidores de las artesanías hechas de animales silvestres en León? ¿Por qué ellos las compran?*

Para responder a las preguntas, primero los vendedores al mercado fueron entrevistados. Se preguntó a la información que los vendedores tienen sobre el comercio. Además, se les preguntó si tenían contactos en la red del comercio. Por otra parte, los visitantes en el mercado fueron entrevistados. Ambos nicaragüenses y turistas fueron abordados para dar su opinión sobre los productos. Con esa información intentado conseguir una mejor idea de quién viene las artesanías fabricadas de animales silvestre y cuáles son sus motivos. También se estableció contacto con expertos de este tema.

Resultados y recomendaciones para Sonati

La primera parte de los resultados describe la oferta de las artesanías hechos de animales silvestres y sus orígenes. La primera artesanía que se puede encontrar abundantemente son los sapos disecados. El sapo que se utiliza es el sapo gigante (*Bufo marinus*). Él está distribuido en todo el país. Por eso no está protegido por ninguna ley. Según unos vendedores hay programas de cría por los sapos, pero la mayoría, incluyendo los expertos, dicen que se matan los sapos durante la época de lluvias. Además, se venden los productos de cuero de las serpientes y los caimanes frecuentemente. Como se describe en la literatura este cuero es legal, pero hay una posibilidad que se vende también cuero ilegalmente. Las poblaciones del caimán y la boa están estables en Nicaragua, pero reducidos en gran medida. Otra artesanía examinada es la pluma pintada. Las plumas que se utilizan provienen probablemente de aves de corral o varias especies comunes. Finalmente hay joyas hechas de tortugas en el mercado. Tortuga carey está en peligro de extinción y por lo tanto protegido por la ley. También se cuestionó cómo se matan los animales, pero los vendedores no le sabían. Algunos dicen que se quita el caparazón cuando la tortuga sigue vivo.

En la segunda parte de la tesis fue examinada quien compra las artesanías y por qué. Hay una gran demanda por plumas pintadas y joyas de tortugas. La demanda por cuero

de serpiente y caimán es más pequeña y por sapos disecados el menos. La mayoría de los entrevistados no eran conscientes de que las artesanías son fabricadas de animales silvestres y tampoco se informaron sobre el origen del material. A pesar de la mayoría indica que no le gusta el uso de animales silvestres por artesanías, hay una demanda por estos productos. Estos datos muestran que una campaña de sensibilización puede aumentar la conciencia de la gente. Sin embargo, los vendedores dan testimonio de que siempre mencionan de cuales animales origen los productos.

Los cuestionarios muestran que los compradores potenciales están principalmente en contra de la venta de productos elaborados de animales en peligro de extinción o animales que habían sufrido una muerte dolorosa. Como se describe en la primera parte, los vendedores no tienen esta información. Por eso, se recomienda Sonati de empezar con una campaña de sensibilización y centrarse en el estado de conservación de los animales y el sufrimiento de los animales. Los motivos que dieron los encuestados para comprar las artesanías, pueden servir de inspiración para la campaña. Por ejemplo, mucha gente dijo que el sapo es divertido, pero esto es contrario al horror de la muerte de los animales. Otro ejemplo es que mucha gente dijo que el cuero es elegante, pero la piel de caimán de repente no es tan elegante cuando se sabe que las carteras son en parte la deuda que la existencia de la especie está en peligro. La artesanía más importante para hacer una campaña de sensibilización es la joyería hecha a partir del caparazón de la tortuga. De todos los productos esto es el único que es ambos ilegal, insostenible y el animal tenía una muerte dolorosa.

Todavía hay mucho para investigar. Aquí hay unas ideas por un estudio adicional. Las entrevistas revelaron que los vendedores son muy dispuestos a ayudar. Con más tiempo y energía debería ser posible para ganar más conocimientos acerca el comercio de animales silvestres. Otro método sería buscar para las comunidades que viven en zonas donde se encuentra los animales económicamente interesantes para ver cómo se organiza la caza. Además, se puede investigar la demanda de estos productos en más detalle. Por ejemplo, por una campaña de sensibilización puede ser interesante de investigar que es la relación entre la conciencia del origen de los productos y la intención de comprarlos.

4 Inhoudsopgave

Inhoud

| | | |
|-------|---|------|
| 1 | Woord vooraf | i |
| 2 | Management Summary (Nederlands)..... | ii |
| 3 | Management Summary (español)..... | v |
| 4 | Inhoudsopgave | viii |
| 5 | Lijst van afkortingen..... | x |
| 6 | Inleiding | 1 |
| 7 | Conceptueel kader | 3 |
| 7.1 | De invloed van de menselijke consumptie op de natuur..... | 3 |
| 7.1.1 | Een les uit de geschiedenis..... | 3 |
| 7.1.2 | Defaunation..... | 3 |
| 7.1.3 | De ecologische impact van defaunation..... | 4 |
| 7.2 | De Rode Lijst | 5 |
| 7.3 | De handel in wilde dieren | 5 |
| 7.3.1 | De geschiedenis van de dierenhandel..... | 5 |
| 7.3.2 | De dierenhandel in cijfers | 6 |
| 7.3.3 | Internationale controle op de dierenhandel..... | 6 |
| 8 | Contextueel kader | 8 |
| 8.1 | Nicaragua geografisch..... | 8 |
| 8.2 | Natuur in Nicaragua..... | 8 |
| 8.2.1 | Biodiversiteit in Nicaragua..... | 8 |
| 8.2.2 | Milieubedreigingen in Nicaragua | 9 |
| 8.3 | Dierenrechten in Nicaragua..... | 9 |
| 8.3.1 | Dierenleed in beeld..... | 9 |
| 8.3.2 | Wetgeving rond dierenbescherming en dierenwelzijn | 10 |
| 8.4 | Dierenhandel in Nicaragua..... | 11 |
| 8.4.1 | De legale handel | 12 |
| 8.4.2 | De illegale handel..... | 12 |
| 8.5 | Sonati..... | 13 |
| 9 | Methodologisch kader | 14 |
| 9.1 | Semigestructureerde interviews met participanten..... | 14 |
| 9.2 | Interview indirect betrokkenen..... | 15 |
| 9.3 | Vragenlijsten consumenten..... | 15 |

| | | |
|--------|--|----|
| 9.4 | Methodologische aantekeningen | 16 |
| 10 | Resultaten | 18 |
| 10.1 | Beeld van de artisanale markt in Leon..... | 18 |
| 10.1.1 | De structuur van markt in Leon..... | 18 |
| 10.1.2 | Een overzicht van de wildlife souvenirs | 19 |
| 10.1.3 | De dieren en hun bedreigingsstatus..... | 20 |
| 10.1.4 | Een legale of illegale markt? | 22 |
| 10.1.5 | Het ethisch aspect van de wildlife souvenirs | 23 |
| 10.1.6 | Wildlife souvenirs: een deel van een complex geheel | 24 |
| 10.2 | De vraag naar wildlife souvenirs..... | 25 |
| 10.2.1 | Het bewustzijn van de koper..... | 25 |
| 10.2.2 | Het koopgedrag van de potentiële kopers..... | 27 |
| 10.2.3 | De motieven voor aankoop van een wildlife souvenir | 28 |
| 10.2.4 | De publieke mening over souvenirs gemaakt van wilde dieren | 30 |
| 11 | Conclusies en aanbevelingen | 31 |
| 12 | Zelfevaluatie participatief onderzoek..... | 34 |
| 13 | Bibliografie | 37 |
| 14 | Bijlage 1: Interview verkopers Wildlife souvenirs..... | 1 |
| 16 | Bijlage 3: Foto's vragenlijst | 4 |
| 17 | Bijlage 4: Foto's wildlife souvenirs | 5 |

5 Lijst van afkortingen

APA: Asociación Protectora de Animales

CITES: Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora

FAO: Food and Agriculture Organization

Fundamarte: Fundación de aire, mar y tierra

IUCN: International Union for Conservation of Nature

MARENA: Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales

ngo: niet-gouvernementele organisatie

NTON: Norma Técnica Obligatoria Nicaragüense

R.A.A.N.: Región Autónoma del Atlántico Norte

R.A.A.S.: Región Autónoma del Atlántico Sur

SINIA: Sistema Nacional de Información Ambiental de Nicaragua

Sonati: Sociedad y Naturaleza Internacional

UCC: Universidad de Ciencias Comerciales

6 Inleiding

De huidige tijd is gekenmerkt door een verlies aan biodiversiteit. De snelheid waarmee soorten uitsterven is alarmerend. Wetenschappers zijn het erover eens dat we afstevenen naar een nieuwe extinctiegolf. Het verschil met de vorige vijf extinctiegolven is dat de oorzaak ditmaal van menselijke aard is (Williams et al., 2015). De invloed van de mens op de natuur is destructief. Een toenemende bevolkingsgroei en economie zorgen ervoor dat de druk op de natuur de laatste jaren sterk is opgevoerd. De globale consumptie van de natuur neemt sterk toe waardoor de draagkracht van de aarde dreigt overschreden te worden (Staniškis, 2010). Bossen worden gekapt voor hout, maar ook om ruimte te maken voor landbouw en industriezones (Nelson et al., 2010). Daarnaast zorgt de consumptie voor vervuiling van de natuur en opwarming van de aarde. Al die factoren werken het uitsterven van meer en meer soorten in de hand.

Het uitsterven van specifiek diersoorten of de vermindering van het aantal individuen in de natuur wordt *defaunation* genoemd (Dirzo et al., 2014). De derde grootste oorzaak van *defaunation*, na het verlies van natuurgebieden en de opwarming van de aarde, is de handel in wilde dieren (Lenzen et al., 2012). Over heel de wereld worden dieren uit hun natuurlijk habitat gehaald om op de binnenlandse en internationale markt te verhandelen. De handel in wilde dieren is elk jaar goed voor 86 miljard euro. Naast de legale handel bestaat er een illegale handel in wilde dieren (van Uhm, 2016). Dit is na de drugs -en wapenhandel de grootste illegale markt. Het gevaar van illegale handel is dat dieren worden verhandeld zonder rekening te houden met de overlevingskansen van de soort. Ook in Nicaragua bestaat er een handel van wilde dieren. Dit is niet verrassend omdat het land een enorm grote biodiversiteit heeft. Hoewel er wetten bestaan tegen de jacht en verkoop van een aantal soorten, worden die niet nageleefd (Castellón et al., 2008). De illegale handel kan in Nicaragua zonder veel weerstand functioneren. Dit is een grote bedreiging voor een aantal unieke soorten.

Op de artisanale markt in Leon in Nicaragua worden souvenirs aangeboden die gemaakt werden van wilde dieren (later in de scriptie wordt hiernaar verwezen als 'wildlife souvenirs'). Er zijn zowel opgezette dieren te vinden als producten van leer en sieraden met materiaal van dieren. Dagelijks worden die producten verkocht aan zowel Nicaraguanen als toeristen. Dit is een probleem omdat er geen duidelijkheid is vanwaar de producten komen en of ze legaal of illegaal zijn. Het is mogelijk dat illegale producten op de markt aan nietsvermoedende consumenten worden verkocht waardoor de handel zichzelf kan handhaven.

Omdat er vanuit de overheid geen controle of sensibilisering is rond het probleem, willen lokale niet-gouvernementele organisaties (ngo's) het heft in eigen handen nemen. Eén van de ngo's dat lokaal werkt rond milieuproblematieken is de organisatie Sociedad y Naturaleza Internacional (Sonati). Sonati is een milieuorganisatie die in de eerste plaats aan sensibilisering doet via educatie in scholen. Daarnaast pakken ze actief milieuproblemen aan via duurzame projecten in samenwerking met gemeenschappen. Ze werken vooral rond milieuproblematieken die in de directe omgeving van toepassing zijn. Ze willen het probleem van de wildlife souvenirs op twee manieren benaderen. Ten eerste willen ze het thema onder de aandacht brengen bij de lokale inwoners maar daarnaast ook bij toeristen. Bovendien willen ze samenwerken met mensen in de handel om alternatieven te voorzien. Voor Sonati is het kennen van de context prioriteit omdat

het probleem aanvechten sociale consequenties kan hebben voor mensen die van de exploitatie leven. Het is dus voor hen minstens even belangrijk om te weten wat de achtergrond is van alle personen in het netwerk van de handel. Sonati probeert steeds een oplossing te vinden die een ecologisch probleem reduceert maar waarbij het sociale aspect niet wordt vergeten. Dit zorgt voor de meest duurzame oplossingen.

Omdat Sonati weinig kennis bezit over de beschreven problematiek en de achtergrond, willen ze meer weten over de handel in de wildlife souvenirs in Leon. Ten eerste werd er gevraagd om te bekijken of er al secundaire bronnen bestaan over die handel om te zien wat er geweten is over het probleem. Daarnaast wil Sonati dat het aanbod aan wildlife producten in Leon in kaart wordt gebracht. Daarbij zou het ook interessant zijn om de herkomst van de producten te kennen. Om acties te koppelen aan het onderzoek zou kennis over de sociale achtergrond van de actoren in de handel extra boeiend zijn. Tot slot is Sonati geïnteresseerd in de vraag naar de producten. Als ze hierover een ruimer inzicht hebben, kunnen specifiekere sensibiliseringscampagnes gestart worden. Door al die aspecten in rekening te brengen, kon volgende algemene onderzoeksvraag worden opgesteld:

Wat is het aanbod van wildlife souvenirs op de lokale markt in León en wie koopt ze?

De onderzoeksvraag kan opgedeeld worden in vraag en aanbod. Daarom werden volgende deelvragen opgesteld:

- 1) Welke wildlife souvenirs worden er op de markt in León verkocht en waar komen ze vandaan?*
- 2) Wie zijn de consumenten van wildlife souvenirs in León? Waarom kopen ze die producten?*

Om een antwoord te bieden op die vragen werden in de eerste plaats informanten op de artisanale markt in Leon bevraagd. Er werd gepolst naar de informatie die verkopers hebben over de handel om een beeld te krijgen van het aanbod aan souvenirs en hun herkomst. Daarnaast werd er via hen geprobeerd om contacten te krijgen dieper in het netwerk die extra info zouden kunnen geven. Ook de bezoekers op de markt werden bevraagd. Zowel Nicaraguanen als toeristen werden aangesproken om hun mening te geven over bepaalde producten. Met die informatie wordt geprobeerd om een beter beeld te krijgen van de wie de wildlife souvenirs koopt en wat hun motieven zijn. Naast informanten op de markt, werd er ook gezocht naar experts buiten het veld om te zien wat men zowel lokaal als in een bredere context weet over dit thema.

In het conceptueel kader wordt eerst de problematiek op globale schaal geschetst en worden enkele begrippen uitgelegd die belangrijk zijn rond het thema van de handel in wilde dieren. In het contextueel kader wordt er dieper ingegaan op de context waarin het onderzoek is uitgevoerd. Zo wordt er meer duiding gegeven over de milieudreigingen in Nicaragua en in het specifiek de handel op wilde dieren. In het resultatengedeelte wordt de primaire data uit gesprekken en observaties beschreven, verdeeld over de twee deelvragen van de onderzoeksvraag. In het deel conclusie en aanbevelingen worden de belangrijkste bevindingen samengevat en bekeken hoe die resultaten kunnen worden omgezet in concrete plannen bij de organisatie Sonati rond dit thema. Tot slot wordt er bekeken op welke manier toekomstig onderzoek kan worden aangepakt.

7 Conceptueel kader

7.1 De invloed van de menselijke consumptie op de natuur

7.1.1 Een les uit de geschiedenis

Enkele honderden jaren gelden leefde op Paaseiland in de Grote Oceaan een gesofisticeerde beschaving. De bevolking bestond uit ongeveer vijftienduizend mensen en had een complexe cultuur. Rond de 16^{de} eeuw is de beschaving ten onder gegaan en is de overlevende bevolking teruggevallen op een primitief leven in grotten. Archeologisch onderzoek wees uit dat de beschaving niet ten onder is gegaan door een ziektes of oorlog. De reden voor het verdwijnen van de bloeiende cultuur op slechts enkele jaren tijd was het omkappen van de laatste boom. Zonder hout kon de beschaving niet overleven. De bevolking geloofde niet dat hun natuurlijke bronnen onuitputbaar waren, tot hun consumptie het tegendeel bewees (Diamond, 2005).

Het voorbeeld van Paaseiland is een rechtstreeks bewijs dat consumptie van de natuur niet eindeloos is. Sinds de industriële revolutie zorgt de consumptiedrang van onze maatschappij ervoor dat natuurlijke bronnen op alarmerend hoge snelheid door de mens gebruikt worden (Krausmann et al., 2009). Het geglobaliseerd karakter van onze economie staat toe het model van het eiland te projecteren naar een globale schaal (Staniškis, 2010). Daar komt bij dat de laatste eeuw gekenmerkt werd door een bevolkingsexplosie. Sinds 2011 zijn we met meer dan 7 miljard mensen op aarde en de voorspellingen schatten dat we rond 2050 met 9 miljard en tegen 2100 met 11 miljard mensen zullen zijn (Gerland et al., 2014). Die vooruitzichten wijzen erop dat de globale consumptie komende eeuw nog sterk zal toenemen en daardoor nog grotere gebieden met waardevolle stukken natuur zullen worden gedegradeerd.

De voornaamste reden waarom consumptie zorgt voor natuurdegradatie is de verandering van landgebruik. Bossen worden gekapt om ruimte vrij te maken voor landbouw, leefruimte, brandstof en voor het voorzien van materialen (Nelson et al., 2010). Bijna de helft van de tropische en gematigde wouden op aarde zijn inmiddels verdwenen (Crowther et al., 2015). Ontbossing en klimaatsverandering zorgen ervoor dat vele soorten niet meer de middelen vinden om te overleven en voort te planten waardoor ze tot volledige extinctie worden gedreven. Men weet niet exact hoeveel soorten er op aarde leven en hoeveel daarvan recent uitgestorven of bedreigd zijn. Toch zijn wetenschappers het er over eens dat met de snelheid waarmee soorten uitsterven er een nieuwe extinctiegolf in gang gezet is (Ceballos et al., 2015). Hoewel de aarde in zijn geschiedenis eerder al vijf extinctiegolven heeft meegemaakt, lijkt de oorzaak van deze 6^{de} extinctiegolf bij de mens te liggen (Williams et al., 2015).

7.1.2 Defaunation

De negatieve impact van de mens op dieren wordt niet enkel gemeten door extinctie van een soort, maar ook door het verdwijnen van populaties. Een populatie is een groep van individuen van dezelfde soort die onderling voortplanten en op dezelfde plaats en tijd leven. *Defaunation* is een Engels begrip om het verlies aan dieren in een natuurlijk

systeem weer te geven. Het omvat naast globale extinctie ook het verdwijnen van populaties of het afnemen van het aantal individuen in een populatie (Dirzo et al., 2014). Sinds 1500 zijn er 322 gewervelde soorten op aarde verdwenen en van de overige soorten is er een gemiddelde afname in aantal van 25%. Bij ongewervelde diersoorten is er bij 67% van de gevallen een afname van 45% (Dirzo et al., 2014). De belangrijkste oorzaken van *defaunation*, namelijk ontbossing en klimaatsverandering, zijn hierboven als besproken (zie hoofdstuk 7.1.1). *Defaunation* wordt ook veroorzaakt door verandering in het milieu door het inbrengen of verwijderen van bepaalde factoren. Zo zorgt sterke vervuiling dat bepaalde habitatten onleefbaar worden. Vervolgens kan de introductie van exoten ertoe leiden dat inheemse soorten verdreven worden of in aantallen afnemen. Exoten zijn soorten die zich hebben gevestigd op een plaats waar ze oorspronkelijk niet voorkomen (Hoffmann et al., 2010). Een laatste belangrijke oorzaak van *defaunation* is de directe verwijdering van dieren uit hun natuurlijke habitat. Wereldwijd worden economisch interessante soorten uit de natuur gehaald om te verhandelen. Die consumptie vormt een sterke bedreiging voor het voortbestaan van bepaalde soorten (Lenzen et al., 2012).

7.1.3 De ecologische impact van defaunation

De natuur bestaat uit een complexe en dynamische wisselwerking tussen al zijn factoren. Het volledige systeem waarin biotische factoren (planten, dieren, bacteriën en schimmels) interageren met abiotische factoren (lucht, water, aarde, atomen en moleculen) wordt een ecosysteem genoemd (Leemans, 2013). Elke factor in een ecosysteem is afhankelijk van andere factoren en is zelf een onmisbare schakel. Zo kan een bepaald dier bijvoorbeeld afhankelijk zijn van een plant voor voedsel of een schuilplaats. Een roofdier is op zijn beurt afhankelijk van het eerste dier voor voeding, dus onrechtstreeks ook van de plant. Planten hebben in het algemeen hulp nodig voor het verspreiden van stuifmeel en zaden. Dit kunnen andere dieren in de omgeving zijn of abiotische factoren zoals water en wind. Ze staan ook in competitie met andere planten voor nutriënten (voedingsstoffen), water en zonlicht. In heel dit netwerk is er een energiestroom van planten en schimmels die nutriënten uit de bodem halen naar dieren die hun energie van planten halen en dieren die het van andere dieren halen. De cyclus is rond wanneer dieren en planten sterven en hun nutriënten terug afgeven aan de bodem. De tijd heeft ervoor gezorgd dat de verschillende organismen samen evolueerden waardoor een netwerk van specifieke interacties is ontstaan. Dit maakt dat vele organismen een grote afhankelijkheid hebben van andere componenten in het ecosysteem. Dus wanneer een diersoort uit het ecosysteem wordt verwijderd, geraakt een ecosysteem uit balans met ernstige gevolgen voor de achterblijvende organismen (Dirzo et al., 2014). De complexe aard van een ecosysteem zorgt er ook voor dat de gevolgen vaak onvoorzienbaar zijn.

Elk ecosysteem biedt ecosystemendiensten. Dit zijn functies die direct of indirect bijdrage tot het welzijn van de mens. Wanneer een ecosysteem uit balans wordt gebracht, dreigen die functies te verdwijnen. *Defaunation* kan dus ook directe gevolgen hebben voor de mens. Zo wordt 75% van de bestuivingen door insecten verwezenlijkt. De populaties van de meeste bestuivers gaan er sterk op achteruit, waardoor ook 10% in economische waarde van de totale voedselvoorziening bedreigd is (Potts et al., 2010). De achteruitgang van kleine vertebraten, zoals vogels en vleermuizen, heeft ook een negatief effect op voedselvoorziening. Hun afwezigheid zorgt ervoor dat de populaties

van pestsoorten niet onder controle gehouden worden (Karp et al., 2013). De achteruitgang van amfibieën zorgt wereldwijd voor achteruitgang van waterkwaliteit (Whiles et al., 2013). Dit zijn slechts enkele voorbeelden die aantonen welke directe gevolgen *defaunation* kan hebben op het welzijn van de mensen.

7.2 De Rode Lijst

Een belangrijk internationaal instrument om de status van bedreigde diersoorten aan te kaarten is de Rode Lijst van de “Internationale Unie voor Natuurbescherming” (International Union for Conservation of Nature, IUCN). De lijst is opgebouwd uit tellingen en kansberekeningen die voorspellen wat de mogelijkheid is waarmee een soort definitief kan verdwijnen. De lijst behandelt criteria die op wereldschaal aangeven wat de status van het organisme is. Aan de hand van de status worden de soorten ondergebracht in een bepaalde categorie die aangeeft wat de kans op uitsterven is. Het doel van de lijst is om mensen bewust te maken maar ook als middel om door beleidsmakers te worden benut. Het is internationaal het meest toonaangevende wetenschappelijk document voor de conservatie van de natuur. Desondanks heeft het geen wettelijke macht, behalve wanneer die door nationaal initiatief verbonden wordt aan de grondwet (IUCN, n.d.). Dit is bijvoorbeeld het geval in Vlaanderen. De Vlaamse Rode Lijst is niet identiek aan de internationale lijst van de IUCN omdat het de bedreigingsstatus hanteert die voor een bepaalde soort in het land heerst en niet op internationaal niveau (INBO, n.d.).

7.3 De handel in wilde dieren

7.3.1 De geschiedenis van de dierenhandel

De handel in dieren is zo oud als de geschiedenis van de mens. Lang voor het bestaan van geld werden dieren gebruikt als een product om te ruilen. In eerste instantie waren dieren een middel om enkele basisbehoeftes te vervullen. Hun vlees werd gebruikt om te overleven en hun huid als bescherming tegen de koude. Vanaf wanneer er sprake was van de eerste beschavingen werden dieren ook ingezet als hulpmiddel voor transport of in tijden van oorlog. Daarnaast ontdekte men ook de medische waarde van dierenproducten, zoals struisvogeleieren tegen een schedelbreuk. Later in de geschiedenis kregen dieren een symbolische functie. De Egyptenaren gebruikten dieren voor spelen en hun producten als sieraden. Bovendien was het houden van bepaalde exotische dieren een statussymbool. Bij de Grieken en de Romeinen werden dieren ook gebruikt als offer aan hun goden. In de Romeinse spelen namen krijgers het op tegen exotische predatoren om hun macht en positie tegenover de dieren te tonen. Tijdens de middeleeuwen werden exotische dieren schaarser en was het enkel weggelegd voor de allerrijksten. Exotische vachten werden verwerkt in kledij om status te tonen. In de tijd van de kolonisatie kwamen exotische dieren terug op de markt. Ze kwamen ter beschikking in hoeveelheden die gewone mensen toelieten om dieren of hun materiaal te kopen. Exotische dieren kwamen op de voorgrond in circussen en zoo's. Door de komst van de wetenschap nam de kennis over de ecologie van dieren toe. Daardoor veranderde in de laatste honderd jaar het denken over dieren. Ze worden nu minder beschouwd als een simpel koopwaar, maar wel als een wezen met gevoelens net zoals wij. Desondanks is de internationale handel van wilde dieren nog steeds van enorme proportie. Ze worden nu vooral verkocht als luxeproduct (van Uhm, 2016).

7.3.2 De dierenhandel is cijfers

De legale markt in wilde dieren brengt elk jaar zo'n 86 miljard euro opbrengen. Volgens Traffic zijn de berekeningen voor dit cijfer niet accuraat maar kan het getal wel een idee geven van de grootte van de handel in wilde dieren. Het cijfer gaat over alle handel in wilde dieren maar is sterk bepaald door de twee grootste sectoren, de vishandel en handel in vacht (van Uhm, 2016).

Naast de gelegaliseerde markt, worden wilde dieren ook verhandeld op de illegale markt. Volgens schattingen is die in omvang, naast de drugs - en wapenhandel, de derde grootste illegale markt. De totale waarde zou ongeveer één vierde bedragen van de legale markt, met rond de 20 miljard aan opbrengsten. Omdat het gaat om een illegale handel zijn die cijfers slechts een schatting. Slechts ongeveer 10% van de illegale handel wordt in beslag genomen en gerapporteerd (van Uhm, 2016).

Volgens cijfers tussen 2005 en 2009 bestond de jaarlijkse handel in wilde dieren gemiddeld uit 317,000 levende vogels, 2 miljoen levende reptielen, 2.5 miljoen krokodillenhuiden, 2.1 miljoen slangenhuiden, 1.5 miljoen hagedishuiden, 73 ton kaviaar en 1.1 miljoen koralen (TRAFFIC, 2010).

7.3.3 Internationale controle op de dierenhandel

Om internationale handel van wilde dieren te controleren werd er een lijst opgesteld waarin wilde dieren volgens hun bedreiging in categorieën worden ingedeeld. Die lijst is er gekomen na een verdrag in 1975 over de handel in wilde soorten. De "Overeenkomst inzake de internationale handel in bedreigde soorten wilde dieren en planten" (*Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora*, CITES) is een multilateraal verdrag voor de bescherming van verhandelde dieren -en plantensoorten. De 183 landen die aan het verdrag verbonden zijn, volgen de regels rond in- en exportnormen van bepaalde bedreigde soorten. CITES heeft drie bijlages waarin dieren en planten zijn ondergebracht. In totaal zijn daarin meer dan 30,000 soorten opgenomen. In bijlage I staan de soorten die met uitsterven bedreigd zijn en daardoor niet verhandeld mogen worden. Bijlage II bevat de soorten die enkel met een vergunning mogen in- of uitgevoerd worden. Voor die soorten wordt per jaar gekeken of men op een duurzame manier aan exploitatie kan doen zodat de populatie in stand kan worden gehouden. Tenslotte is er een derde bijlage waarin dieren worden vermeld die niet meteen bedreigd zijn, maar waarvan in- en exportdata wel in het oog moeten worden gehouden. CITES zorgt voor regulatie en controle op internationale handel van wilde soorten. Dit wil zeggen dat ze geen greep hebben op de binnenlandse handel. Wel moet elk verbonden land verplicht een beleid uitwerken dat de fauna en flora ook op nationaal vlak beschermd (CITES, n.d.).

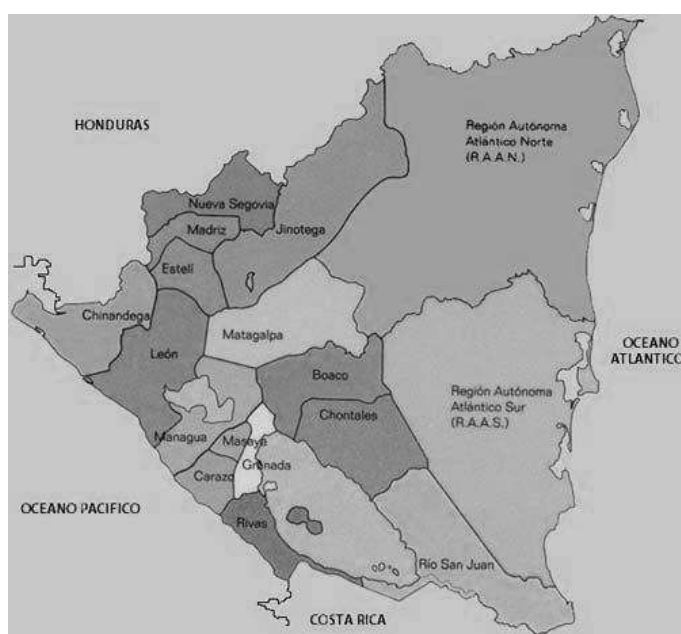
De organisatie TRAFFIC geeft een ander instrument dat gebruikt wordt voor de internationale handel van wilde dieren in te dijken. TRAFFIC, '*The wildlife trade monitoring network*', is een ngo die zich inzet om cijfers van die handel te verzamelen en zo de praktijken te controleren. Concreet onderzoekt de organisatie de trends in de internationale handel van wilde organismen. Daarnaast informeren en adviseren ze door middel van hun kennis beleidsmakers in verschillende landen. Ze gebruiken ook hun resultaten om particulieren te informeren om op een duurzame wijze te handelen. Tot slot proberen ze op internationaal vlak de motieven van de consumenten te onderzoeken.

In het algemeen gaat TRAFFIC primaire data verzamelen rond de handel in wilde dieren en planten om die te koppelen aan acties die ervoor zorgen dat duurzame beslissingen worden genomen met oog op conservatie van soorten. Door hun aanpak ontwikkelden ze een wereldwijd netwerk om de handel aan te pakken. De grootste partners zijn de IUCN en het *World Wide Fund for Nature* (TRAFFIC, n.d.).

8 Contextueel kader

8.1 Nicaragua geografisch

Nicaragua is het grootste land van Centraal-Amerika. In het zuiden grenst het aan Costa Rica en in het Noorden aan Honduras. De westkust van Nicaragua is gelegen aan de Stille Oceaan en de oostkust aan de Caraïbische zee. De westkust is een droog tropische zone, in het noorden en centrum van het land is er een subtropische transitiezone en aan de oostkust een vochtige tropische zone. Managua is de hoofdstad van Nicaragua, gelegen in de gelijknamige provincie. In totaal zijn er 15 provincies en 2 autonome regio's (zie Afbeelding 1).



Afbeelding 1: Map van Nicaragua met de verschillende regio's, bestaande uit 15 provincies en twee autonome regio's (Mapa de Nicaragua).

8.2 Natuur in Nicaragua

8.2.1 Biodiversiteit in Nicaragua

De verschillende klimaatzones in Nicaragua bieden een enorme verscheidenheid aan ecosystemen met als gevolg dat het land een grote biodiversiteit heeft. Door een gebrek aan biodiversiteitsstudies, is slechts een deel van soortenrijkdom in het land beschreven. Volgens gegevens van het Ministerie van Milieu en Natuurlijke Hulpbronnen (Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales, MARENA) zijn er 1,999 gekende vertebraten, waarvan vissen en vogels de meerderheid uitmaken (SINIA, 2014). Daarnaast zijn er 12,288 invertebraten beschreven (SINIA, 2014) en 6,014 plantensoorten beschreven (SINIA, 2010).

Er vinden geen systematische tellingen van de verschillende diersoorten in Nicaragua plaats. Daardoor is er weinig data over populatiesoorten terug te vinden. Omdat vele

plant- en diersoorten onderworpen zijn aan consumptie, bestaat zonder die monitoring de kans dat soorten helemaal verdwijnen. Daarom heeft MARENA een lijst gemaakt van de meest bedreigde soorten, die wel worden onderworpen aan tellingen (Castellón et al., 2008).

In totaal zijn er 74 beschermde natuurgebieden in Nicaragua, goed voor 18% van de totale oppervlakte. Het grootste en belangrijkste gebied is Río Indio Maíz, in het zuidoosten van het land, grenzend aan Costa Rica (zie afbeelding 1, Rio San Juan). In dit gebied bevinden zich 700 vogelsoorten die op de CITES lijst van beschermde dieren voorkomen, waaronder verschillende soorten ara's (*Ara spp.*). Daarnaast zijn er populaties kaaimannen (*Caiman crocodilus*) en jaguars (*Phantera onca*) te vinden. Een tweede zeer belangrijk domein is het Bosawás reservaat, in het Noordoosten van het land, grenzend aan Honduras (zie afbeelding 1, Jinotega). Dit is het tweede grootste regenwoud van het westelijk halfrond, na het Amazonewoud, en is nog voor een groot deel niet in kaart gebracht (MARENA, 2014).

8.2.2 Milieubedreigingen in Nicaragua

Een gebrek aan wetgeving en monitoring zorgt ervoor dat er in Nicaragua op een niet duurzame manier met natuur wordt omgegaan. Dat wil zeggen dat natuurlijke bronnen worden uitgeput of vervuild tot een niveau waarop het zich niet meer kan herstellen. Overconsumptie en habitatdegradatie zijn de belangrijkste factoren die de natuurlijke balans in ecosystemen uit evenwicht halen. Het belangrijkste milieuprobleem waarmee Nicaragua vandaag te kampen heeft is de massale ontbossing. In 2015 was 25% van het land bedekt door bos, waarvan 45% primair bos was (FAO, 2015). Als we dit cijfer echter vergelijken met 1990 en 1950, zien we dat respectievelijk 56% en 75% bedekt was met bos (FAO, 2015). Ontbossing gebeurt in de eerste plaats om plaats vrij te maken voor landbouw. Op dit moment zijn de meeste landbouwsystemen niet efficiënt en duurzaam waardoor een grote hoeveelheid aan bossen onnodig worden gekapt. Daarnaast kampt Nicaragua met grote hoeveelheden vervuild water door de mijnbouw, landbouw en industrie. Zo is het meer van Managua, dat ooit de grootste zoetwaterreserve van Centraal-Amerika was, nu voor meer dan 80% vervuild (Montenegro-Guillén, 2006). Daardoor hebben 800,000 mensen geen toegang tot drinkbaar water (Water Aid, n.d.). Een derde milieuprobleem is de afvalverwerking in de meeste gemeenschappen. Er is geen uitgewerkt afvalsysteem waarmee alle afval in het land wordt opgehaald. 44.5% van het afval in Nicaragua wordt door de mensen zelf verbrand. Daarnaast wordt 18% op straat gesmeten waardoor het via rivieren in wind in natuurlijke systemen terecht komt (Estrategia Nacional Ambiental y del Cambio Climático, 2010). Een laatste belangrijk probleem is de handel in wilde dieren, waarbij dieren van hun natuurlijke habitat worden ontnomen om verkocht te worden als huisdier of geslacht voor hun vlees en/of huid. Over dit laatste probleem wordt in deze scriptie verder ingegaan (Castellón et al., 2008).

8.3 Dierenrechten in Nicaragua

8.3.1 Dierenleed in beeld

In de Nicaraguaanse samenleving is geweld een terugkerende thematiek. Geweld wordt gebruikt als een middel om de machtspositie aan te tonen. Dit wordt niet enkel gehanteerd van mens tot mens maar ook naar dieren toe. Geweld lijkt sociaal geaccepteerd als de gangbare manier om met dieren om te gaan. Daardoor hebben

dieren een sterk ondergeschikte positie in Nicaragua. Er is in de maatschappij weinig respect en bescherming voor dieren. Dit uit zich in verschillende praktijken waarin dieren voor menselijke consumptie of vertier gebruikt worden zonder rekening te houden met de rechten van die dieren (La Prensa, 2017a).

In een artikel dat dit jaar in de krant La Prensa Nicaragua verscheen, worden verschillende dieronvriendelijke praktijken besproken. Van die praktijken worden er hier enkele toegelicht om die voorbeelden een beeld schetsen van wat de positie van het dier in Nicaragua is. Eén van de dieronvriendelijke tradities in Nicaragua is het hanengevecht. Al vanaf dat ze kuikens zijn, worden hanen voorbereid op die gevechten. Voor die training worden de kammen van de hanen met mes of schaar verwijderd. Dan moeten jongere hanen vechten tegen ouderen. Tijdens een gevecht worden de dieren gewond, verliezen ze vaak ogen en worden ontpluimd. Nadien sterven ze of worden ze stervend in de vuilbak achtergelaten (La Prensa, 2017b). Honden worden ook voor gevechten op een folterende manier getraind. Al vanaf de leeftijd van zes maanden worden ze blootgesteld aan extreme hitte of koude om hen sterk te maken. Vele honden sterven tijdens die trainingen (La Prensa, 2017b). Stieren worden voor rodeoshows dagen in donkere kleine stallen gehouden om agressie op te wekken. Om de woede nog te verhogen, krijgen ze uren voor de shows geen eten en worden hete ijzers tegen hun testikels geduwd (La Prensa, 2017b).

Een ander voorbeeld van dieronvriendelijke praktijken is de jacht op haaien. De haaien worden gevangen voor hun vinnen. Nadat de vinnen van de haai zijn verwijderd, wordt de haai terug in zee geworpen om aan een pijnlijke dood te sterven (La Prensa, 2017b). Ook zeeschildpadden komen aan Caraïbische kust van Nicaragua vaak op gruwelijke manier aan hun einde. Wanneer ze door visser gevangen worden, worden hun vinnen vastgebonden. Daarna worden ze vaak enkele dagen levend op elkaar gestapeld opgeborgen om dan te slachten. Zeeschildpadden die gebruikt worden voor hun schild, krijgen een slag op de schedel, die meestal voor een breuk zorgt eerder dan de dood. Daarna wordt het schild van de vaak nog levende schildpad gesneden (La Prensa, 2017b).

8.3.2 Wetgeving rond dierenbescherming en dierenwelzijn

In 1944 introduceerde president Anastasio Somoza García de eerste wet rond dierenrechten, namelijk wet 688 "Code van Defensie en de Bescherming van Dieren". Hoewel Nicaragua met die wet toonaangevend was voor Latijns-Amerika, hield het weinig concrete regulatie in. Daardoor zijn er nauwelijks verbeteringen gebeurd op het vlak van rechten en bescherming van dieren (Fundamarte, 2010). In 1955 wordt een eerste wet opgesteld rond conservatie van dieren, zijnde wet 206 "Wet op de Jacht". In deze wet werd de eerste regulatie rond jacht op wilde dieren beschreven (La Gaceta, 1956). Enkele jaren later volgt wet 316 "Algemene Wet op de Exploitatie van onze Natuurlijke Hulpbronnen" (La Gaceta, 1958). Deze wet is de eerste die het verbiedt om zonder toestemming gebruik te maken van natuurlijke hulpbronnen, maar mist nog veel concrete regulatie.

Het is pas eind jaren zeventig dat Nicaragua echt werk maakt van een beleid rond welzijn en bescherming van dieren. In 1977 sluit Nicaragua zich aan bij CITES, waardoor ze verplicht worden om concrete wetten rond handel in wilde dieren uit te werken. Door die regulatie kan de handel in wilde dieren beter in kaart worden gebracht en via legale

instrumenten worden gecontroleerd. Er zijn sindsdien vergunningen nodig voor de handel in wilde dieren. Door een jachtverbod (Sistema de Vedas de Especies Silvestres Nicaragüenses), dat er eind jaren negentig komt, is het legaal niet meer mogelijk om op bedreigde soorten te jagen (La Gaceta, 1999).

Hoewel die wetten het eerste instrument boden voor de bescherming van dieren, bleef een debat rond de problematiek van dierenmishandeling uit. Pas in het begin van de 21^{ste} eeuw lijkt sociaal engagement hiervoor op gang te komen. In 2003 worden er drie groepen rond dierenrechten opgericht: de faculteit van landbouwwetenschappen aan de universiteit van handelswetenschappen (la Universidad de Ciencias Comerciales, UCC), de Stichting Vrienden van de Nationale Zoo in Nicaragua (Fundación Amigos del Zoológico Nacional de Nicaragua) en de associatie voor dierenbescherming (Asociación Protectora de Animales, APA). De organisaties bieden een sociaal platform om de mishandeling van dieren onder de aandacht te brengen. De APA en een onderzoeksgroep aan de UCC dienen een ontwerp in voor een wet voor de "Bescherming en Welzijn van Dieren", maar die wordt in eerste instantie afgekeurd (Fundamarte, 2010).

Gedurende de jaren 2000 zien meerdere dierenrechtenorganisaties het levenslicht. Ze voeren de sociale druk op voor een betere wetgeving rond dierenwelzijn door middel van manifestaties, petitieën en nieuwe wetsontwerpen. Dit zorgt ervoor dat in recentere jaren dierenmishandeling meer in de media komt, waardoor beetje bij beetje het publieke bewustzijn groeit. In 2010 is de dag van het Nicaraguaanse dier tot leven geroepen. Sindsdien wordt elk jaar op 4 oktober het welzijn van de dieren in de kijker gezet. Datzelfde jaar was er nog een doorbraak met de goedkeuring van een wetsvoorstel rond dierenrechten dat door de dierenrechtenorganisatie Stichting voor Lucht, Zee en Land (Fundación de aire, mar y tierra, Fundamarte) werd ingediend (Fundamarte, 2010). Daaruit kwam wet 747 voor "de Bescherming en het Welzijn van Huisdieren en Wilde Dieren in Gevangenschap in Nicaragua" (La Gaceta, 2011).

Vandaag de dag is de problematiek rond dierenmishandeling meer op de voorgrond gekomen. De nieuwe wetgeving zorgt ervoor dat juridische maatregelen kunnen worden genomen tegen dieronvriendelijke praktijken. Dit is een grote stap in de goede richting, maar de wet op zich biedt geen oplossing voor de heersende maatschappelijke houding naar dieren toe. Zolang er geen grondige controle is of de wet niet wordt nageleefd, zal er weinig veranderen aan de situatie. Ondanks de sensibilisering, zijn de meeste schendingen van dierenrechten in Nicaragua nog steeds een feit.

8.4 Dierenhandel in Nicaragua

Ondanks de reeds genomen maatregelen worden wilde dieren in Nicaragua nog dagelijks uit hun natuurlijke habitat gehaald. Hier zijn verschillende redenen voor. Een eerste reden is de jacht voor voedselvoorziening. Vooral inheemse volkeren zijn afhankelijk van wilde dieren voor hun dagelijkse proteïnen. Dit komt vooral voor in de autonome regio's van het land (zie afbeelding 1, R.A.A.N en R.A.A.S). Aan de Caraïbische kust is de groene zeeschildpad (*Chelonias mydas*) vast deel van het dieet. Daarnaast wordt op wilde dieren gejaagd voor de sport. De voornaamste soorten waarop men het gemunt heeft zijn de navelzwijnen (*Tayassu pecari* en *T. tajacu*), de paca (*Cuniculus paca*) en het hert (*Odocoileus virginianus*). Op sommige soorten wordt gejaagd voor hun gebruik in de alternatieve geneeskunde. Zo wordt het gordeldier (*Dasybus novemcinctus*) gebruikt voor het genezen van infecties op de luchtwegen en de kaaiman (*Caiman crocodilus*)

tegen oorspijn. De grootste drijfveer voor de jacht op wilde dieren is echter de mogelijkheid tot handel. In 2014 leefde 6.22% van de Nicaraguanen onder de armoedegrens van 1.9 dollar per dag (World Bank, 2014). De armoede in Nicaragua is algemeen maar vooral terug te vinden in rurale gebieden. Gemeenschappen die in de natuur leven, vangen wilde dieren om te verkopen. De dieren worden levend verkocht als huisdier of verwerkt tot koopwaar (Castellón et al., 2008).

In Nicaragua bestaat er een legale piste waarin onder strenge voorwaarden bepaalde wilde diersoorten mogen gevangen en verhandeld worden. Naast de legale markt, worden wilde dieren ook verkocht op de illegale markt. Door gebrek aan controle zorgt die handel ervoor dat er op een niet duurzame wijze gebruik wordt gemaakt van de natuur. Dit heeft als gevolg dat een heel aantal diersoorten met uitsterven bedreigd zijn of een sterk dalende populatie kennen. Daarnaast laat de illegale markt door afwezigheid van controle toe dat dierenrechten geschonden worden. In het volgende deel wordt er een overzicht gegeven van de legale markt en wat men weet over de illegale markt.

8.4.1 De legale handel

Nicaragua is sinds 1977 lid van CITES. Dat wil zeggen dat voor alle legale handel van dieren in Nicaragua CITES toestemming verleent. Een vergunning dient aangevraagd te worden bij MARENA. Die vergunning geeft niet zomaar de toestemming om op wilde dieren te jagen. Sinds 2004 komen de verhandelde wilde diersoorten bijna uitsluitend uit kweekprogramma's. Dit is er gekomen sinds de "Norma Técnica Obligatoria Nicaragüense" (NTON 05 020 02), waarin verplichte richtlijnen staan voor de vangst en verhandeling van wilde dieren (Castellón et al., 2008).

De legale handel bestaat voor het grootste deel uit de verkoop van levende boa's, leguanen en andere reptielen. Daarnaast worden boa's, verschillende paddensoorten en kaaimannen voor hun huid verhandeld. De meerderheid van de dieren wordt gekweekt in gespecialiseerde centra. Enkel de brilkaaiman (*Caiman crocodylus*) valt niet onder de NTON en worden onder monitoring van CITES in het wild gevangen. Er worden jaarlijks 1500 kaaimanhuiden legaal verkocht. Die huiden worden exclusief voorbehouden voor lokale souvenirmakers (Castellón et al., 2008).

De soorten die door erkende bedrijven in gevangenschap worden gekweekt, zijn: de boa constrictor (*Boa constrictor*), de melkslang (*Lampropeltis triangulum*), de kroonbasilisk (*Basiliscus plumifrons*), de stekelleguaan (*Sceloporus variabilis*), ameiva's hagedissen (*Ameiva spp.*), de renhagedis (*Cnemidophorus depii*), de coleonyx gekko (*Coleonyx mitratus*), de zwarte leguaan (*Ctenosaura quinquecarinata*), de smaragd stekelleguaan (*Sceloporus malachiticus*), de groene leguaan (*Iguana iguana*), aardschildpadden (*Rhinoclemmys spp.*), de roodoogmakikikker (*Agalychnis callidryas*) en de lettersierschildpad (*Trachemys scripta*) (Castellón et al., 2008).

8.4.2 De illegale handel

Hoewel er een gelegitimeerde handel bestaat, bestaat er parallel ook een illegale handel. In tabel 1 staan de door CITES beschermde soorten die in Nicaragua het meest illegaal verhandeld worden. Naast die bedreigde soorten, zijn er een aantal niet bedreigde soorten die verhandeld worden. Van die soorten wordt de arkschelp *Anadara tuberculosa* het meest verhandeld, daarnaast worden de eieren van de scampisoorten *Litopeneus*

vannamei en *L. stilirostris* in grote aantallen op de illegale markt gebracht (Castellón et al., 2008).

Tabel 1: Meest verhandelde CITES-soorten in Nicaragua (Castellón et al., 2008).

| Nederlandse benaming | Wetenschappelijke naam | Type dier |
|---|------------------------------|-----------|
| Ara (verschillende soorten) | <i>Ara spp</i> | vogel |
| Geelnkamazonepapegaai | <i>Amazona auropalliata</i> | vogel |
| Kroonbasilisk | <i>Basiliscus plumifrons</i> | reptiel |
| Groene leguaan | <i>Iguana iguana</i> | reptiel |
| Hoffmannluiaard | <i>Choloepus hoffmanni</i> | zoogdier |
| Witschoudercapucijnaap, Mantelbrulaap, zwardhandslingeraap | <i>Cebidae spp.</i> | zoogdier |
| Warana (zeeschildpad) | <i>Lepidochelys olivacea</i> | reptiel |

Enkele inheemse volkeren in Nicaragua, waaronder de Mayagnas, de Miskitos en de Ramas, gebruiken enkele CITES soorten als dagelijkse voedselbronnen. Omdat die volkeren in het verleden afhankelijk waren van zeeschildpadden voor hun dagelijkse proteïnen, mogen ze onder wet 28 de schildpadden in hun territorium consumeren (La Gaceta, 2003). Hoewel zeeschildpaddenvlees -en eieren in heel Nicaragua een delicatessen zijn, mogen enkel de inheemse volkeren in hun gebied jagen op die dieren. Desondanks komen vele andere vissers in die regio op zeeschildpadden jagen. Daarnaast verdient de inheemse bevolking geld door het doorverkopen van hun vangst. Als gevolg daalden de populaties tot alarmerend lage aantallen (Castellón et al., 2008).

8.5 Sonati

Sonati is een Nicaraguaanse milieuorganisatie opgericht in 2009. Ze voorzien milieueducatie om het milieubewustzijn van de lokale bevolking te verbeteren en zo in te zetten op een groenere toekomst. Naast educatie zet Sonati in op sensibilisering en conservatie van natuur. Er is een vestiging in León en Esteli en ze zijn sinds 2016 ook actief in Costa Rica. Sonati is voor het grootste deel zelfvoorzienend door inkomsten van hun hostels en tours voor toeristen.

Via hun educatieplan proberen ze jongeren meer milieubewust te maken. Ze geven presentaties, workshops en excursies om op een interactieve manier thema's als ontbossing, vervuiling en andere natuurbedreigingen aan te kaarten. Er wordt gefocust op kinderen tussen 4 en 18 jaar. De jongeren worden bereikt via de scholen maar ook door bijeenkomsten in de weekends, op kampen en festivals. Omdat jongeren vanuit de scholen vaak weinig meekrijgen over natuur en milieu, probeert Sonati via hun activiteiten de schade in te halen. Zo strijden ze voor een toekomst waarin natuur en economische groei op een duurzame manier kunnen gecombineerd worden.

Naast educatie wordt er ook aan conservatie gedaan. Sonati brengt hun educatie naar gemeenschappen die in ecologisch belangrijke gebieden gevestigd zijn. Ze werken met de bevolking rond de ecologisch schadelijke praktijken die in de gemeenschap worden uitgevoerd door samen naar duurzame alternatieven te zoeken. Door de verschillende generaties van de gemeenschap te betrekken bij zowel de educatie als de conservatie, wordt getracht om een gedragsverandering op vlak van consumptie teweeg te brengen op gemeenschapsniveau.

9 Methodologisch kader

Om de vraag en het aanbod van wildlife souvenirs in Leon in kaart te brengen, werden verschillende benaderingen toegepast. Dit werd gedaan om de problematiek vanuit verschillende standpunten te observeren. Enerzijds werden semigestructureerde interviews afgenomen met informanten die deel uitmaken van de handel in wildlife producten. Daarnaast werden vragenlijsten afgenomen bij potentiële kopers. Bovendien werden ook indirect betrokken actoren gecontacteerd. Dit zijn individuen of organisaties die zelf geen deel uitmaken van de handel maar wel in contact staan met de problematiek. Zo werd op zoek gegaan naar organisaties die werken rond dit thema, wetenschappers en journalisten. Via de verschillende benaderingen werd er getracht om verschillende invalshoeken met elkaar te vergelijken om een totaalbeeld te vormen.

9.1 Semigestructureerde interviews met participanten

Om het aanbod aan en de vraag naar wildlife souvenirs te bestuderen, werden semigestructureerde interviews afgenomen met mensen die zelf deel uitmaken van de handel. Er werd gekozen voor die methode om de informanten de ruimte te geven om nieuwe elementen aan te brengen in het onderzoek. De vragen dienden als kapstok om als interviewer de focus te bewaren en bepaalde belangrijke aspecten niet te vergeten. De lijst met vragen is terug te vinden in bijlage 1. De gegeven informatie werd via kernwoorden genoteerd en binnen de 24 uur in uitgebreidere versie gereconstrueerd. Er werd gepeild naar welke wildlife producten ze verkopen, hoe het netwerk van de handel eruitziet en hoe de producten gemaakt worden. De gesprekken duurden tussen de 20 en 60 minuten. In totaal werden 22 verkopers geïnterviewd.

Om het vertrouwen van de verkopers te winnen, werd de tijd genomen om ook te praten over hun dagelijks leven en hun interesses. Naast vertrouwen krijg je hierdoor ook de sociale context van de informanten mee. Er werd getracht om waar mogelijk participatief te observeren door meer betrokkenheid te tonen. Hierdoor beschouwden enkele verkopers mij als vriend en kreeg ik zelfs een cadeautje voor vertrek. Er werd steeds wel een minimale afstand gehouden om niet te betrokken te zijn bij de verkopers.

De verkopers werden steeds op een transparante manier benaderd. Dit wil zeggen dat telkens de inleiding werd gegeven dat ik student ben en een onderzoek doe rond de vraag en het aanbod van wildlife souvenirs. Dit werd enerzijds gedaan omdat op die manier in meer diepte kon worden doorgevraagd over bepaalde thema's, maar anderzijds ook om geen misbruik te maken van mensen die anders geen informatie zouden willen geven. Tot mijn verbazing was iedereen enthousiast om mee te werken aan het onderzoek. Omdat de verkopers informatie deelden die hen misschien in gevaar bracht, was er tijdens de gesprekken oog voor discretie. De anonimiteit van de informanten wordt voor deze scriptie gerespecteerd.

Om respondenten te vinden, werd getracht om aan *snowball sampling* te doen. Dit wil zeggen dat er werd geprobeerd om vanuit de eerste informant nieuwe contacten rond het onderzoeksthema te krijgen (Goodman, 1961). Zo werd er getracht om vanuit de verkopers koppelingen te vinden naar andere actoren in de handel. De *sampling* was daardoor onvoorspelbaar en voor een deel afhankelijk van geluk. Daarnaast was er een flexibele agenda en tijd nodig om zoveel mogelijk mensen te ontmoeten.

Er waren ook enkele moeilijkheden en tekortkomingen bij de beschreven aanpak. Ten eerste was er verlies aan informatie doordat de informanten Spaans spraken. Hoewel ik heb getracht dit te minimaliseren door extra duiding te vragen wanneer ik iets niet verstond, is er ongetwijfeld minstens een deeltje aan informatie dat door de vertaling en latere reconstructie verloren gegaan. Een tweede moeilijkheid was dat er af en toe contrasterende informatie door verschillende respondenten werd gegeven. Op dergelijk moment werd er geprobeerd nog extra getuigenissen te verzamelen maar het is niet altijd mogelijk geweest om bepaalde antwoorden te verifiëren. Een derde moeilijkheid was, zoals hierboven beschreven, dat ik afhankelijk was van de hoeveelheid informanten. Daarbij had ik door verplichtingen binnen de organisatie slecht bepaalde momenten vrij om informanten op te zoeken. Dit was een grote belemmering omdat daardoor bepaalde links niet onderzocht konden worden.

9.2 Interview indirect betrokkenen

Er werd voor twee redenen ook naar indirect betrokken informanten gezocht. De eerste reden was dat de organisatie Sonati absoluut geen concrete informatie bezat over de legale en illegale handel van wildlife producten. Er werd dus gezocht naar mensen of organisaties die al een kijk hebben op dit thema en secundaire data konden aanbieden. Daarnaast werd er ook gevraagd naar hun visie over de feiten, om zo de verhalen van de participanten in de handel te kunnen spiegelen op de inzichten van de mensen die zelf rond dit thema werken. Voor de interviews werd er gewerkt met open interviews waarbij naast de vraag naar hun kennis ook tussentijdse resultaten werden besproken.

De belangrijkste beperking bij deze methode was de responsgraad van informanten. Er werd in eerste instantie contact gezocht via e-mail. Omdat er weinig antwoorden werden ontvangen, werden personen of organisaties ook telefonisch bereikt. Die directere aanpak zorgde ervoor dat er meteen een antwoord was, maar dat was meestal afwijzend. Zowel de manier van contact zoeken als mijn niveau Spaans zullen er allicht voor gezorgd hebben dat de bereidheid om te helpen niet altijd even groot was. Mensen die wel bereid waren om te helpen, verkondigde in de meerderheid van de gevallen dat ze zelf niet betrokken zijn bij het thema maar wel een contact konden geven. Bij dat volgende contact werd dan opnieuw het verzoek afgewezen of werd ik doorgestuurd. Uiteindelijk waren er twee experts bereid om commentaar te geven.

9.3 Vragenlijsten consumenten

Om te onderzoeken waar de vraag naar diersouvenirs vandaan komt, werd een vragenlijst opgesteld voor potentiële kopers. De vragenlijst is tot stand gekomen na een eerste observatie op de souvenirmarkt in Leon. Uit die observatie bleek dat consumenten vaak niet weten dat de producten gemaakt werden van echte dieren. Om dit verder na te gaan, werd naast het koopgedrag ook het aspect van bewustzijn in de vragenlijst verwerkt. De doelgroep van dit onderzoek zijn alle potentiële kopers van wildlife producten. Meer specifiek zijn dit alle mensen die interesse en kapitaal hebben om een souvenir op de markt te kopen. Om de doelgroep te bereiken, werden mensen aangesproken die op de markt aan het winkelen waren. Met de vragenlijst werden verschillend deelvragen bevraagd:

- Wat is het koopgedrag van de doelgroep omtrent wildlife producten?
- Is de doelgroep bewust dat de producten gemaakt werden van wilde dieren?
- Waarom wilt de doelgroep het product wel/niet kopen?
- Wat is de mening van de doelgroep over souvenirs gemaakt van wilde dieren?

Via de vragenlijst werd er getracht het beslissingsproces na te bootsen om te kijken wat de potentiële kopers in beraad nemen alvorens ze iets kopen. Op die manier kon er ook gekeken worden wat omtrent de wildlife producten mogelijke pull -en pushfactoren zouden zijn. Om de antwoorden niet in een bepaalde richting te sturen, werd de ondervraagde vooraf niet geïnformeerd over het eigenlijke doel van de vragenlijst. Wel werd hen verteld dat er een onderzoek werd gedaan over de producten van de artisanale markt en dat er daarvoor meningen van potentiële kopers werden verzameld.

Tijdens de bevraging werden foto's van vijf producten getoond die op de artisanale souvenirmarkt in Leon verkocht worden. Drie daarvan werden mogelijks gemaakt van wilde dieren, twee andere producten bevatten geen dierlijk materiaal. De producten zonder dierlijk materiaal die getoond werden, varieerden. Dit werd gedaan om de invloed van die producten op de mening van de wildlife producten te minimaliseren. De foto's werden bij elke ondervraagde in een willekeurige volgorde getoond zodat de volgorde op zich de resultaten niet kon beïnvloeden. Voor elk product werd er gevraagd te noteren wat de proefpersoon leuk en niet leuk vond. Daarna werd er telkens gevraagd om aan te duiden of ze het product al dan niet overwegen te kopen. Als een respondent vroeg of het materiaal van wilde dieren werd gemaakt, werd er steeds geantwoord dat daar geen informatie beschikbaar over was. Er werd telkens achteraf genoteerd wie zich informeerde. Nadat de vijf producten werden getoond, werd er gevraagd de producten te rangschikken van meest naar minst favoriete. Daarna werd hen gevraagd wat hun mening was over souvenirs gemaakt van wilde dieren en welke producten volgens de ondervraagden van wilde dieren werden gemaakt. De foto's van de producten werden genomen op een neutrale achtergrond. In bijlage 2 is de vragenlijst terug te vinden, in bijlage 3 de foto's.

In totaal werden 73 mensen aangesproken, waarvan er 55 bereid waren om een vragenlijst in te vullen. Van de 55 personen hadden 24 personen de Nicaraguaanse nationaliteit. De 29 andere respondenten worden ondergebracht als toeristen. Er werden toeristen ondervraagd uit 13 verschillende landen waarvan de meerderheid afkomstig was uit Noord-Amerika en Europa. Er werden 27 mannen en 28 vrouwen ondervraagd. De minimumleeftijd van de respondenten was 17, de maximum 74.

Met de vragenlijsten kan er een trend aangetoond worden van het koopgedrag, de motieven en de meningen van kopers van wildlife souvenirs. Gezien de grote van de steekproef zijn de resultaten niet representatief voor de totale doelgroep. Wel kunnen uit de bevragingen eerste inzichten gehaald worden, die kunnen worden gebruikt voor een uitgebreider onderzoek.

9.4 Methodologische aantekeningen

Om bepaalde resultaten kracht bij te staan, werden veldnotities gemaakt. In de eerste plaats werd dit gedaan om de context van de verkopers beter te begrijpen. Door hun

achtergrond te leren kennen, kon beter worden ingeschat of hun getuigenis waarheidsgetrouw was. Bovendien werden emoties of houdingen tijdens de interviews geobserveerd. In de tweede plaats werden notities gemaakt tijdens de interviews met potentiële kopers. Hun reactie bij het zien van de foto's werd genoteerd en of ze al dan niet extra informatie vroegen over de getoonde producten. Dit gaf informatie die niet uit de vragenlijsten kon worden afgeleid. Vervolgens werd er bij onwetende verkopers een observatie uitgevoerd om te zien welke informatie kopers normaal meekrijgen over de producten. Tot slot werden notities gemaakt van observaties van dierenmishandeling in Nicaragua. Dit was nodig om het aspect van dierenleed in het onderzoek beter te kaderen.

10 Resultaten

10.1 Beeld van de artisanale markt in Leon

In een eerste deel van deze scriptie werd er getracht om de verkoop van wildlife producten in Leon in kaart te brengen. Daarvoor werden zowel verkopers als experts geïnterviewd. Met behulp van hun info kon er een beeld geschetst worden van de wildlife souvenirmarkt in Leon. Eerst wordt een overzicht geschetst van de structuur van de markt. Daarna wordt dieper ingegaan op de verschillende wildlife producten die worden aangeboden. Vervolgens wordt de oorsprong van de producten bekeken en de bedreigingsstatus van de dieren. Dan wordt beschreven of de producten in een legaal of illegaal circuit zitten. Tot slot wordt het onder de loep genomen of er aandacht is voor de rechten van de dieren. De informatie is opgebouwd uit getuigenissen van beschikbare informanten en werd getoetst aan de visie van experts en waar mogelijk gekoppeld aan de literatuur.

10.1.1 De structuur van markt in Leon

De markt in Leon is van beperkte omvang. Aan Parque Central bevinden zich 6 standjes waar verkopers souvenirs aanbieden. Daarnaast bevinden zich 8 kleinere winkeltjes op 100m van Parque Central (adres: Del Museo de Revolución una cuadra al norte). Tot slot is er een bar, Las Dos Fridas, op 200 meter van Parque Central waar souvenirs worden verkocht (adres: Calle Central dos cuerdas abajo). Van de 15 winkeltjes zijn er 12 die souvenirs met materiaal van wilde dieren verkopen. Het aanbod per winkeltje is eerder klein en bedraagt in verhouding met andere producten slechts een klein deel van het totaalaanbod.

De verkoop in Leon is een fractie van de totale verkoop in Nicaragua. Ook op Parque Central in Granada, Mercado Roberto Huembes en Mercado Oriental in Managua worden gelijkaardige producten aangeboden. Het grootste aanbod is echter in Masaya te vinden. Masaya staat bekend voor de handel in traditionele souvenirs, waarvan wildlife souvenirs een deel uitmaken. In El Mercado Municipal Ernesto Fernandez, ook wel El Mercado de Artesanías genoemd, vind je het ruimste aanbod aan wildlife souvenirs in Nicaragua. Ook op die markt werden een tiental verkopers bevroegd om meer informatie te verkrijgen over de herkomst van de producten.

De verkopers zijn over het algemeen geen souvenirmakers. Wel kopen ze de souvenirs aan van souvenirmakers of tussenpersonen die de producten kopen van souvenirmakers en ze verdelen over de verschillende markten. De souvenirmakers zouden vooral in gemeenschappen in rurale gebieden wonen, zoals ook de literatuur beschrijft (zie hoofdstuk 8.4). Zij verkopen hun goederen aan tussenpersonen, die op hun beurt naar de markten gaan. Omdat de verkopers in Leon zelf enkel de souvenirs verkopen, is het zeer waarschijnlijk dat ze niet exact weten vanwaar de souvenirs hun oorsprong kennen. Natuurlijk is er wel een link tussen de bron en de verkoop van de producten. Om dichter bij de bron te geraken, werden ook verkopers in Masaya bevroegd. Ook zij vertellen allemaal dat ze enkel de producten verkopen. Sommige verkopers geven expliciet aan dat ze geen inzicht hebben in de structuur van de gehele markt en de oorsprong van de

producten. Anderen geven wel een uitleg over de oorsprong van de producten, maar bevestigen dat ze dit enkel weten door wat hen verteld werd. Er moet dus rekening mee worden gehouden dat hun verhaal door de mondelinge overdracht van de informatie niet altijd de volledige waarheid is. Dit bleek ook uit de verscheidenheid aan antwoorden die gegeven werden. Een verzameling van commentaren zou echter wel een eerste inzicht kunnen geven over de oorsprong van het product. Dit inzicht wordt geprojecteerd op de visie van experts.

10.1.2 Een overzicht van de wildlife souvenirs

Een groep van producten die zeer prominent aanwezig is, bestaat uit souvenirs gemaakt van padden. Van alle verkooppunten in Leon, werd dit product op 6 plaatsen verkocht. In totaal werden er bij de telling 28 padden aangeboden. Padden worden vervaardigd tot verschillende soorten souvenirs. Vaak worden padden opgezet en gepersonifieerd met een sombrero, een flesje rum of een houten muziekinstrument. Daarnaast worden twee padden in een seksuele positie verkocht. Ook worden er paddenhoofden in portefeuilles van koeienleer verwerkt. Zo werden er in Leon 8 exemplaren aangetroffen. Gemiddeld vraagt een verkoper zo'n 2 á 3 dollar voor een product gemaakt van een pad. Foto's van souvenirs gemaakt van padden zijn terug te vinden in bijlage 4A. Naast opgezette padden worden ook andere opgezette dieren verkocht. Zo werden er in Masaya in kleine hoeveelheden opgezette landschildpadden, kaaimannen en leguanen verkocht. In Leon werd er echter enkel één opgezette landschildpad aangetroffen.

Er was op de markt in Leon ook een groot aanbod te vinden aan producten gemaakt van leer. Het overgrote deel van deze producten zijn handtassen, portefeuilles, armbanden en andere souvenirs gemaakt van koeien -en varkensleer. Die producten vallen dus niet onder de categorie van wildlife souvenirs. Daarnaast werden in mindere mate portefeuilles van slangen -en krokodillenleer verkocht. Dit leer is van betere kwaliteit en kost dan ook makkelijk tien keer zoveel als gelijkaardige exemplaren van koeienleer. Uiteraard vallen die producten wel onder de wildlife souvenirs. Tot slot zouden ook de huiden van panters en gordeldieren verkocht worden op de markt, al is het aanbod hiervan zeer klein en werden die tijdens de interviews niet geobserveerd. Slechts één respondent in Leon was in het bezit van souvenirs gemaakt van leer van krokodillen en slangen. De verkoper maakte al de handtassen en portefeuilles zelf. Het leer van wilde dieren werd aangekocht bij een leerfabricant in Masaya. Foto's van die producten zijn terug te vinden in bijlage 4B.

De veren van vogels worden ook frequent gebruikt in souvenirs. Vaak worden veren van tropische vogels verwerkt tot oorbellen. Zo werden er in Leon enkele pauwenveren aangetroffen. Volgens de verkopers worden ook veren van andere vogels verkocht, maar die werden tijdens de interviews in Leon niet aangetroffen. Naast gekleurde veren werden in grotere aantallen beschilderde pluimen gebruikt, die verkocht worden als schilderij. Van al de besproken souvenirs lijkt dit het meest algemeen verspreid. 8 respondenten verkochten een soortgelijk product met elk tussen de 5 à 50 exemplaren. Afhankelijk van het exemplaar werden de beschilderde pluimen verkocht aan tussen de 2 en de 15 dollar. Verschillend van de andere producten wordt de prijs van dit product eerder bepaald door de afmetingen en detail van het schilderij dan de veer die erin verwerkt werd. Foto's van souvenirs gemaakt van veren zijn terug te vinden in bijlage 4C.

Tot slot werden ook sieraden van de schild van zeeschildpadden verkocht. De meerderheid van die sieraden waren oorbellen, maar ook kettingen en armbanden werden aangeboden. Eén standje op het centraal plein in Leon, alsook de bar 'Las dos Friedas' verkochten die producten. In verhouding met de bovenstaande producten komen producten van schildpadden minder frequent voor. Voor zo'n product werd tussen 2 en 5 dollar gevraagd. In dezelfde winkeltjes werden ook sieraden gemaakt van koraal verkocht aan dezelfde prijs. Foto's van die producten zijn terug te vinden in bijlage 4D.

Als we het aanbod in Leon vergelijken met marktplaatsen in Masaya en Managua, zijn er geen opmerkelijke verschillen. De markt in Leon is van veel kleinere omvang maar in verhouding komen alle producten in dezelfde proportie voor. Dat wil zeggen dat er een groot aanbod is aan beschilderde veren en opgezette padden, een kleiner aanbod in leer van wilde dieren en slechts een fractie van de verkopers biedt sieraden met schild van zeeschildpadden of koralen aan. Het aanbod van wildlife souvenirs is deels zoals beschreven in de rapporten (zie hoofdstuk 8.4). Wat echter verrassend is, is dat enkele producten niet of nauwelijks benoemd worden in het rapport. Zo komt de pad niet voor in de lijst van dieren die het meest verhandeld worden, maar is het op de souvenirmarkt wel talrijk aanwezig. Een product dat helemaal niet voorkomt in de literatuur is de beschilderde veer. Desondanks wordt ook dit product in grote hoeveelheden verkocht. Dit werd waarschijnlijk niet in de literatuur vermeld omdat het niet wordt beschouwd als een product gemaakt van wilde dieren. In deze scriptie wordt het product wel opgenomen omdat er geen duidelijkheid is over de herkomst van de veren.

10.1.3 De dieren en hun bedreigingsstatus

Om meer inzicht te krijgen in de problematiek worden verschillende aspecten van de handel in wildlife souvenirs beschreven. In dit deel worden de souvenirs gekoppeld aan de wilde dieren en hun bedreigingsstatus. Zoals eerder vermeld, werd hiervoor ook de kennis van verkopers in Masaya geraadpleegd. Dit werd gedaan omdat duidelijk was dat in Masaya gelijkaardige producten werden verkocht als in Leon en de verkopers in Leon erop wezen dat de bron van de verkoop in Masaya ligt. Daarnaast is het aanbod van elk product daar groter dus er valt ook meer informatie te verzamelen. Omdat informatie over de conservatie van soorten in Nicaragua gering is, werd ook waar mogelijk de visie van bepaalde experts verwerkt.

Over de oorsprong van de padden zijn de meerderheid van de verkopers het eens. Bijna unaniem vertellen ze dat de padden in heel Nicaragua worden gevangen. Tijdens het regenseizoen zouden de padden zich in tijdelijke plassen voortplanten waardoor er aan het einde van het regenseizoen zeer grote populaties ontstaan. Enkele verkopers spreken over paddenplagen. Om dit te verifiëren werd een expert in amfibieën gecontacteerd. Milton Salazar is bioloog en directeur van de onderzoeksgroep HerpetoNica, een groep die nieuwe amfibieën en reptielen beschrijft. Hij vertelt dat de padden die gebruikt worden vooral reuzenpadden (*Bufo marinus*) zijn en bevestigt dat er inderdaad elk regenseizoen grote populaties van ontstaan. Daarnaast beschrijft Salazar dat de reuzenpad leeft van Noord-Amerika tot het noorden van Zuid-Amerika en in Nicaragua praktisch overal verspreid is. Volgens de Rode Lijst van de IUCN is deze soort niet bedreigd (Red List, 2017a). De reuzenpad wordt in Nicaragua dan ook door geen enkele wet beschermd. Salazar vermeldt wel dat de commerciële handel van de padden ervoor kan zorgen dat de populaties naar de toekomst sterk zouden kunnen terugvallen. Zoals beschreven in het conceptueel kader kan de daling van een soort het hele ecosysteem uit

balans brengen (zie hoofdstuk 7.1.3). Enkele verkopers duiden erop dat padden niet uit het wild gehaald worden. Er zouden kweekprogramma's bestaan zodat ze niet uit hun natuurlijk ecosysteem worden gehaald. Zoals in de literatuur vermeld, bestaan er inderdaad kweekprogramma's. De reuzenpad wordt echter niet vermeld tussen de soorten die in gevangenschap gekweekt worden (zie hoofdstuk 8.4.1). Salazar vertelt dat hij persoonlijk geen weet hebben van paddenkwekerijen. Aangezien de reuzenpad algemeen voorkomt, is het waarschijnlijker dat souvenirmakers in het wild hun voorraad gaan inslaan.

Verkopers van slangenleer kunnen niet zeggen van welk dier het leer afkomstig is. Salazar legt uit dat de slang waarop gejaagd wordt voor hun huid voornamelijk de boa constrictors is. De boa populaties in Nicaragua worden zwaar onderdrukt door de jacht. Desalniettemin komt die soort niet voor op de Rode Lijst van de UICN (Red List, 2017b). In tegenstelling tot de pad wordt de boa beschermd via de *Sistema de Veda de Especies Silvestres*. Hierdoor is het verboden om op boa's te jagen of ze uit hun natuurlijke habitat te halen. Hoewel dit nog steeds gebeurt, zijn de meerderheid van de slangenhuiden afkomstig van kweekbedrijven. Zoals beschreven in het contextueel kader is de boa een zeer populaire soort bij kweekbedrijven (zie hoofdstuk 8.4.1). De boa was in het verleden terug te vinden in heel Nicaragua maar wordt nu vooral nog aangetroffen in beschermde natuurgebieden.

Net zoals bij de boa, kunnen de verkopers weinig info geven over de krokodillenhuiden. Salazar vertelt dat leer van twee verschillende krokodilachtigen gebruikt wordt. Het meest gegeerde leer is dat van de spitssnuitkrokodillen (*Crocodylus acutus*). Omdat het leer van die krokodillen van zeer goede kwaliteit is, wordt er sterk gejaagd op die soort. Er zijn in Nicaragua bijna uitsluitend nog spitssnuitkrokodillen te vinden in de minst bereikbare natuurgebieden. De laatste 10 jaar is het aantal van die krokodillen tot minder dan 50% teruggedrongen. Ze worden op de Rode Lijst van de UICN als 'kwetsbaar' gecategoriseerd (Red List, 2017c), maar Salazar zegt dat ze in Nicaragua kritisch zijn. De verkoop van producten gemaakt van hun leer is in Nicaragua bij wet verboden. Ze worden door dezelfde wet beschermd als de hierboven beschreven boa, namelijk de *Sistema de Veda de Especies Silvestres*. Om de jacht op de sterk bedreigde spitssnuitkrokodil te minimaliseren, is het volgens bepaalde normen toegestaan om op de brilkaaiman te jagen (zie hoofdstuk 8.4.1). De huid van de brilkaaiman is echter van lagere waarde als die van de spitssnuitkrokodil. Op de Rode Lijst van de UICN wordt de brilkaaiman niet opgenomen (Red list, 2017b). De leerwaren die in Leon verkocht worden zijn volgens de verkopers van de kaaiman.

Wat betreft de souvenirs gemaakt van veren is het moeilijk om aan te wijzen van welke dieren ze afkomstig zijn. De meeste oorbellen zijn zonder twijfel afkomstig van het geslacht van de pauw (*Pavo spp.*). Dit is een dier dat niet in Nicaragua in de natuur voorkomt. Een van de verkopers vertelt dat de pauwenveren in grote hoeveelheden worden geïmporteerd. Het is mogelijk dat in Leon ook veren van inheemse wilde vogels verkocht worden, maar daarover kon geen informatie verzameld worden. Bij de beschilderde veren bestaat er twijfel over de herkomst. De verkopers geven hieromtrent zeer uiteenlopende antwoorden. Volgens enkele verkopers zijn ze afkomstig van wilde vogels zoals de wenkbrauwmotmot (*Eumomota superciliosa*), soorten van de papegaaigengeslacht van de ara's (*Ara spp.*) en het geslacht van de amazonepapegaaien (*Amazone spp.*). Dit lijkt weinig waarschijnlijk omdat de veren steeds een grijze, witte of bruine kleur hebben. Het is ook niet logisch dat kleurrijke veren worden gebruikt om te

beschilderen terwijl ze ook als oorbellen verkocht kunnen worden. Dit wil nog niet meteen zeggen dat de veren niet afkomstig zijn van wilde vogels. De meerderheid van de informanten vertelt dat de veren op straat worden gevonden. Desondanks zegt één verkoopster dat het niet ongebruikelijk is dat op het platteland vogels met een katapult uit de bomen worden geschoten. Een andere deel van de bevroegden vertelt dat de veren afkomstig zijn van vogels uit pluimveehouderijen. Het zou volgens hen dus een bijproduct zijn van de vleesproductie. Een verkoper verklaart zelf pluimen te beschilderen en zegt dat zijn pluimen afkomstig zijn van een pluimveebedrijf in Matagalpa. Dit kon echter niet geverifieerd worden. De uiteenlopende verhalen geven geen uitsluitend over de herkomst van de pluimen. Praktisch gezien is het mogelijk dat schilders hun pluimen bij boeren gaan kopen, zodat ze een voorraad aan pluimen in alle maten hebben. Economisch gezien zou het evengoed kunnen dat de schilders zelf achter pluimen gaan zoeken, op de straat, bij de kippen van de burens of vogels uit het wild. Omdat het voor de verkoop van het product niet uitmaakt van welk vogel de veren komen, gebruiken de makers waarschijnlijk veren van verschillende soorten.

De verkopers verwijzen naar de sieraden van de schild van de zeeschildpad als 'Carey'. Carey is Spaans voor de karetschildpad (*Eretmochelys imbricata*). Een verkoper legt uit dat er in Nicaragua vijf soorten zeeschildpadden zijn, maar dat enkel de karetschildpad wordt gebruikt om souvenirs van te maken. Dit komt door het specifieke patroon op de schild. De herkomst van de schild van de karetschildpad is volgens alle informanten Bluefields. Dit is de hoofdstad van R.A.A.S., gelegen aan de Caraïbische kust (zie afbeelding 1, R.A.A.S.). Hoewel die zeeschildpad ook aan de westkust eieren komt leggen, zouden volgens hen alle souvenirs van zeeschildpadden afkomstig zijn van de oostkust. Dit komt overeen met wat er in de literatuur beschreven wordt over de handel in zeeschildpadden in Nicaragua (zie hoofdstuk 8.4.2). Een visser in Corinto, een kuststad in Chinandega aan de westkust (zie afbeelding 1, Chinandega), vertelt dat er af en toe schildpadden als bijvangst worden gevangen. Het vlees van de schildpad wordt verkocht of zelf opgegeten maar de schilden worden weggesmeten. Hij vertelt dat er in Corinto geen souvenirmakers wonen die de schilden gebruiken. Uiteraard geeft die ene getuige geen uitsluitend dat er aan de westkust geen souvenirmakers wonen. Salazar vertelt dat dit een zeer grote bedreiging is voor het bestaan van de zeeschildpad. "De jacht op de zeeschildpad zorgt ervoor dat de soort helemaal uitsterft. Wie de sieraden gemaakt van hun schild koopt, steunt deze criminaliteit." De Rode Lijst van de UICN geeft dan ook aan dat deze soort kritisch bedreigd is (Red List, 2017d). Zoals beschreven in het contextueel kader, worden alle zeeschildpadden beschermd maar hebben inheemse volkeren wel het recht de schildpadden te consumeren (zie hoofdstuk 8.4.2).

10.1.4 Een legale of illegale markt?

Zoals in het contextueel kader vermeld staat (zie hoofdstuk 8.4), is een deel van de handel in Nicaraguaanse wilde dieren gelegaliseerd. Daarom is het nuttig te kijken of de souvenirs die in Leon verkocht worden deel zijn van illegale of gelegaliseerde handel.

De meerderheid van de verkopers geeft aan dat het perfect legaal is om opgezette padden te verkopen. Omdat de pad door geen enkele wet beschermd wordt, mag die gebruikt worden voor souvenirs. De reuzenpad komt niet voor in een van de CITES appendices, wat wil zeggen dat voor internationale handel er geen vergunning nodig is (CITES Species, n.d.). Ook producten gemaakt van slangen -en kaaimanleer zou in bepaalde gevallen gewoon verkocht mogen worden. CITES heeft de slang opgenomen in

appendix II (CITES Species, n.d), wat wil zeggen dat er vergunningen kunnen worden verkregen voor boa's die in gevangenschap worden gekweekt. Zoals in de literatuur beschreven staat (zie hoofdstuk 8.4.1), mag onder bepaalde voorwaarden op kaaimannen gejaagd worden. De dieren zijn ook toegevoegd aan appendix II van CITES dus zowel binnenlandse handel als export van producten van de kaaiman is toegestaan mits die via de normen bejaagd werden. Een verkoopster in de luchthaven, die ook in het bezit was van producten gemaakt van zowel slangen -als kaaimannenleer, benadrukt dat al haar producten legaal zijn. Toch mag dit niet veralgemeend worden. Zoals ook beschreven staat in de literatuur, is er parallel met de legale markt ook in illegale markt in wildeer (zie hoofdstuk 8.4.2). Zonder verdere achtergrond kan er dus niet met zekerheid gezegd worden dat de producten legaal zijn. Over de beschildeerde veren staat in geen enkel rapport iets beschreven. Ze mogen dan ook legaal verkocht worden.

Producten die met zekerheid tot de illegale handel behoren, zijn sieraden gemaakt van de karetschildpad en van koraal. Ook producten gemaakt van krokodillenleer zijn zonder uitzondering illegaal. Al die soorten zijn opgenomen in appendix I van CITES, wat wil zeggen dat ze internationaal niet verhandeld mogen worden (zie hoofdstuk 7.3.3). Ook in het binnenland mogen die producten niet verhandeld worden. De houding van een verkoper van sieraden van de karetschildpad duidt nog eens extra aan dat het om illegale producten gaat. Terwijl andere verkopers met een zeer open houding hun info wilden delen, wilde de verkoper in kwestie duidelijk weten wie ik was en waarom ik dit onderzoek deed. Hij vroeg als enige expliciet om anoniem te blijven.

10.1.5 Het ethisch aspect van de wildlife souvenirs

Voor het beleid rond wildlife souvenirs in Nicaragua wordt er uitsluitend rekening gehouden met de mogelijke bedreiging voor het voortbestaan van de verhandelde soorten. Voor de soorten die wel verhandeld mogen worden, zijn er geen normen beschreven voor de manier waarop ze gedood moeten worden. Daardoor bestaat de mogelijkheid dat de dieren die gebruikt werden voor souvenirs, aan een gruwelijke dood gestorven zijn. De inzichten van de informanten over het productieproces, kunnen een idee geven of er rekening gehouden wordt met dierenwelzijn.

Zoals eerder beschreven in de resultaten (zie hoofdstuk 10.1.3), vertelde een deel van de verkopers dat tijdens het regenseizoen padden volop zichzelf voortplanten. Sommigen vertelden dat aan het einde van het regenseizoen padden sterven door de droogte en dat die dode padden door souvenirmakers worden verzameld. Een ander deel van de verkopers vertelt dat souvenirmakers tijdens het regenseizoen op padden gaan jagen en ze dan doden om hun producten te maken. Eén verkoper legt uit dat er op de autosnelwegen veel padden worden overreden en dat de elasticiteit van de pad ervoor zorgt dat het dier intact blijft. Gezien de staat van een overreden pad lijkt dat onrealistisch. Dit antwoord duidt aan dat sommige verkopers geneigd zijn om een uitleg te geven om hun product te blijven verantwoorden. De verkopers laten dus in het midden of er al dan niet levende padden worden gebruikt. Omdat het proces van taxidermie, of opzetten van dode dieren, zowel met levende als vers dode dieren kan, is het mogelijk dat beiden daarvoor gebruikt worden. Bij het proces van taxidermie wordt het dier van ingewanden en beenderen ontdaan om het daarna op te vullen om het terug zijn natuurlijke houding te geven. Hoewel geen van de verkopers vertelde dit ooit te hebben gedaan, konden drie van hen vrij gedetailleerd uitleggen hoe dit in zijn werk gaat. In het geval van een levende pad, moet die eerst gedood worden op een zo

effectieve maar ook subtiel mogelijke manier. Daarvoor wordt een watje of doekje met chloroform in de mond van de pad gelegd. Volgens één van de verkopers gebeurt het ook dat de pad achteraan het hoofd met een hard object wordt geslagen of met een fijne pin doorboord wordt. In beide gevallen zou de pad dan wel aan een snelle dood sterven, het proces laat toe dat niet alle padden meteen dood zijn. Dit maakt dat hun ingewanden verwijderd zouden worden terwijl ze nog leven. Er is geen controle op deze handel waardoor dit in de praktijk ongestraft kan voorvallen.

Ook over de gelegaliseerde handel door kweekprogramma's en de pluimveehandel kunnen er vragen worden gesteld. Er zijn geen rapporten teruggevonden over de manier waarop soorten in Nicaragua in gevangenschap gekweekt worden. Het is niet omdat kweekprogramma's een duurzaam alternatief zijn voor de jacht, dat er bij het proces rekening wordt gehouden met het welzijn van de dieren. Zoals in het contextueel kader werd geïllustreerd (zie hoofdstuk 8.3.2), zijn dieronvriendelijke praktijken vandaag de dag nog sterk aanwezig. Daarom mogen we alvorens het tegendeel bewezen is, de kwekerij of het pluimveebedrijf niet het voordeel van de twijfel geven.

Enrique Rimbaud is doctor in de dierengeneeskunde en decaan van de 'Universidad de Ciencias Comerciales'. Hij is directeur van de dierenrechtenorganisatie Fundamarte en speelde de hoofdrol in de strijd voor dierenrechten in Nicaragua. Hij benadrukt dat de rechten van de dieren in Nicaragua nog in hun kinderschoenen staan. In wet 747, die mede door hem tot stand is gekomen, staat uitdrukkelijk vermeld dat dieren die gedood worden voor commerciële doeleinden niet mogen lijden. Rimbaud verklaart dat de wet een grote stap in de goede richting is, maar dat er momenteel nog weinig regulatie rond is. Hij zegt dat in de productieprocessen steeds gekeken wordt naar de efficiëntie, waardoor vaak geen rekening gehouden wordt met de dieren zelf.

Mijn eigen observaties rond dierenleed kan dit beeld alleen maar versterken. Dierenmishandeling is in Nicaragua eenvoudig te observeren. Zo heb ik verschillende keren mensen straathonden zien bekogelen met stenen of bewerken met stokken. Daarnaast worden er veel paarden ingezet om te werken maar zijn ze daar fysiek niet toe in staat. Ze krijgen te weinig eten en drinken en wachten uren in de volle zon. Tweemaal werd een dier overreden tijdens een ritje in de taxi, waarbij de chauffeur net bijstuurde en extra snelheid nam om het dier zeker te pakken. Aan de kant van de straat werden ontpluimde hanen klaargestoomd voor gevechten. Uiteraard mogen de geobserveerde praktijken geen besluit geven over de manier waarop er met dieren in de souvenirhandel wordt omgegaan. Toch moet er rekening gehouden worden met de context waarin de praktijken plaatsvinden.

10.1.6 Wildlife souvenirs: een deel van een complex geheel

Rimbaud geeft ook zijn visie over de hele kwestie van wildlife souvenirs. Hij vertelt dat er in Nicaragua geen enkel onderzoek is gevoerd rond dat thema. Daarnaast is er geen enkele organisatie die acties voert tegen de verkoop van dergelijke producten. Bovendien wordt door de politie bijna niet ingegrepen tegen de vervaardiging en verkoop van producten gemaakt van wilde dieren. Omdat de problematiek op nationaal niveau genegeerd wordt, is er volgens hem geen draagvlak om op lokaal niveau actie te ondernemen. Hij gelooft niet dat acties van ngo's rond dit thema een duurzaam resultaat kunnen opleveren.

Hij legt uit dat de wildlife souvenirs een deel zijn van een groter geheel. Het is een tak van de handel in wilde dieren en maakt maar een klein deel uit van de hele handel. Volgens hem is het bestaan van de souvenirs meestal gekoppeld aan andere praktijken. Zo worden de karetschildpadden ook voor hun vlees verkocht. Moest de verkoop van hun sieraden beter worden gecontroleerd, dan zou de consumptie van het vlees nog steeds voor een even grote jacht zorgen. De leerproducten van slangen of krokodillen zijn er omdat er een internationale markt is voor hun leer. Als de verkoop van de souvenirs zou aangepakt worden, zou er een extra aanbod aan leer zijn voor de internationale handel. Rimbaud benadrukt dat de souvenirhandel slecht een klein aandeel is van de volledige handel. "Voor elke slang die wordt verwerkt tot souvenir, zijn er 5000 die levend of dood naar het buitenland worden gestuurd." Daarnaast zijn er andere problemen die voor grotere bedreigingen zorgen voor het voortbestaan van sommige soorten. Zo zorgt ontbossing en habitatfragmentatie, opwarming van de aarde en milieuvervuiling voor grootschaligere problemen. "Het is beter om de energie te steken in wat echt bedreigend is."

Rimbaud maakt dus het punt dat de wildlife souvenirs geen losstaande problematiek is. Volgens zijn visie is het daarom verloren energie om rond dit thema actie te voeren. Hoewel dit een inzicht is dat zeker niet over het hoofd mag worden gezien, is het redelijk scherpe visie. Het is waar dat op nationaal vlak er andere milieuproblemen zijn die groter zijn, maar specifiek voor enkele diersoorten is net wel de jacht voor de handel hetgeen dat hun voortbestaan bedreigt. Het is belangrijk om mee te nemen dat de souvenirs slechts een deel is van de handel in wilde dieren, toch kan het een startpunt zijn voor het ondernemen van actie of sensibilisatie van het probleem. Het is namelijk net die tak van de dierenhandel die zichtbaar is in het straatbeeld, waardoor het een sociale beweging in gang kan zetten.

10.2 De vraag naar wildlife souvenirs

In eerder onderzoek rond wildlife handel werd er zelden gefocust op de vraag naar de dieren of producten. In het tweede deel van deze scriptie wordt er getracht een beeld te scheppen van de drijfveren voor het aankopen van producten van wilde dieren. Eerst wordt beschreven in welke mate potentiële kopers bewust zijn van het feit dat de producten van wilde dieren komen. Daarna wordt er ingegaan op hun koopgedrag en de motieven om tot kopen over te gaan. Tot slot wordt de algemene mening van de respondenten tegenover wildlife souvenirs beschreven.

10.2.1 Het bewustzijn van de koper

De respondenten werd gevraagd hun mening te geven over bepaalde producten maar hen werd niet verteld dat enkele souvenirs van wilde dieren werden gemaakt. 21 van de 55 ondervraagden, ofwel 38%, maakten bij minstens een van de vijf foto's de vrije associatie dat het getoonde product mogelijks werd gemaakt van een wild dier. Dat wil zeggen dat die respondenten tijdens het formuleren van de goede of slechte eigenschappen van minstens één product vermeldden dat het van een wild dier afkomstig is. Als we kijken per geslacht werd door 9 mannen en 12 vrouwen een associatie gemaakt. Procentueel komt dit neer op 33% van de ondervraagde mannen en 42% van de ondervraagde vrouwen. Gezien de grootte van de steekproef kunnen we hier geen significante vergelijking tussen geslachten maken. Als we de ondervraagden verdelen over nationaliteit, zien we dat 7 Nicaraguanen en 14 toeristen een associatie

maakten. Dit komt overeen met respectievelijk 29% en 48%. Ook deze cijfers kunnen niet veralgemeend worden. De verkregen cijfers kunnen enkel suggereren dat Nicaraguanen en mannen minder snel de link leggen tussen de souvenirs en het gebruik van wilde dieren.

Van die 21 respondenten maakten 18 de associatie bij de pad, 12 bij het leer van de kaaiman en 4 bij de beschilderde pluim. De 34 andere respondenten maakten geen directe associatie met de mogelijkheid dat sommige producten gemaakt werden van materiaal van wilde dieren. Ze hebben op een open vraag over wat ze al dan niet goed vinden aan een product dus niets vermeld over wilde dieren. Dit wil zeggen dat ze in hun beslissingsproces niet meteen in overweging namen of een product al dan niet van een wild dier gemaakt werd. Omdat dit specifiek materiaal bij de meeste mensen een positieve of negatieve indruk nalaat, is de afwezigheid van een associatie met wilde dieren een goede indicator om te zien wie al dan niet bewust is van de mogelijkheid dat het product van een wild dier gemaakt werd.

Met de laatste vraag werd bewustzijn vanuit een andere hoek bekeken. Daar werd aan de respondenten gevraagd om aan te geven welke producten volgens hen van wilde dieren werden gemaakt. De vraagstelling suggereert meteen de mogelijkheid dat producten van wilde dieren kunnen gemaakt worden. De resultaten geven dan ook aan dat 98%, ofwel 54 respondenten, bij minstens één product denkt dat het van een wild dier werd gemaakt. Het is hier dus interessanter om te kijken hoe de antwoorden zijn verdeeld over de verschillende producten. 39 respondenten gaven aan te denken dat de pad van een wild dier werd gemaakt, 36 het leer van de kaaiman en 25 de beschilderde pluim.

Het bewustzijn van de ondervraagden hangt uiteraard af van de mate waarin ze zich informeren. Net zoals tijdens het winkelen, werd ook tijdens de bevraging de respondent vrijgelaten om vragen te stellen. Er werd bijgehouden hoeveel mensen vroegen of een bepaald product gemaakt werd van een wild dier, om zo te kijken wie zich eerst informeerde voor die iets koopt. 21 respondenten, ofwel 38%, informeerde zich alvorens een associatie te maken. 18 mensen informeerden zich over de kikker, 10 over het leer van de kaaiman en niemand over de beschilderde pluim. De cijfers lijken sterk op de cijfers over bewustzijn hierboven. Toch waren er 8 respondenten die zich informeerden maar geen associatie legden en 8 personen die zich niet informeerden maar wel een associatie maakten met wilde dieren.

De bovenstaande resultaten tonen aan dat tijdens de steekproef een minderheid van de mensen bewust was dat enkele producten werden gemaakt van wilde dieren. De verbaasde gezichten van de meerderheid van de respondenten nadat ze te horen kregen dat bepaalde producten van wilde dieren werden gemaakt, toont nog extra aan dat de meeste consumenten op de markt zich niet bewust zijn van dit thema. Daarnaast blijkt ook een minderheid zich te informeren voor ze een mening vormen over de souvenirs. Dit zou erop kunnen wijzen dat de handel in wildlife producten in Leon in de hand gewerkt wordt door naïeve kopers, kopers die misschien het product niet zouden kopen als ze beter geïnformeerd waren. Om dit te verifiëren, werd ook bij de verkopers gevraagd of dit waar kan zijn. De verkopers zeggen unaniem eerlijk te zijn over het feit dat hun producten afkomstig zijn van wilde dieren. Een verkoper benadrukt dit door te zeggen dat geen enkele consument het product koopt zonder te weten dat het van een dier is. Om dit na te gaan, werd bij enkele onwetende verkopers getest welke informatie

ze geven over hun producten. Zo gaf ik enkele verkopers de opmerking dat het een mooie houten pad is. Alle verkopers reageerden hierop door te zeggen dat ik me vergis en uit te leggen dat het een echte pad is. Bij het kaaimanleer gaf ik het compliment dat het koeienleer mooi bewerkt was. Ook hier werd door elke verkoper op gereageerd door te zeggen dat dit van een kaaiman afkomstig is. Zelfs al werd de indruk gegeven dat er interesse was om het product te kopen, toch vermeldden alle verkopers dat het om producten van wilde dieren ging. Echter wanneer er interesse werd getoond zonder een opmerking te geven over het materiaal, werd er door de meerderheid van de verkopers geen extra informatie gegeven.

10.2.2 Het koopgedrag van de potentiële kopers

Het koopgedrag van de geselecteerde wildlife souvenirs werd in kaart gebracht zowel door informatie van de potentiële consumenten als van de verkopers. Zo kon er gekeken worden of beide bronnen elkaar tegenspraken of versterkten. De potentiële kopers waren tijdens de bevraging naar hun koopgedrag nog niet geïnformeerd over het feit dat het ging over souvenirs gemaakt van wilde dieren. Van de 55 ondervraagde potentiële kopers gaven in totaal 33 mensen aan te overwegen één van de geselecteerde wildlife producten te kopen. Daarnaast gaven nog eens 11 respondenten aan dat ze misschien overwegen één van de producten te kopen. 11 van de ondervraagden had absoluut niet de behoefte om een product te kopen dat mogelijks gemaakt werd van wilde dieren. Meer specifiek waren er 2 respondenten, allebei mannen, geïnteresseerd om de pad te kopen en 10 anderen, waarvan 6 mannen gaven aan dit misschien te willen kopen. 78% denkt er niet aan om een opgezette pad te kopen. De ondervraging geeft de tendens dat mannen sneller de pad zouden kopen. Er blijkt geen duidelijke relatie te zijn met de nationaliteit. De vraag naar het kaaimanleer lag een stuk hoger. 18 respondenten gaven aan interesse te hebben om dit te kopen, terwijl nog eens 10 extra aanduiden het misschien te willen kopen. Van de 28 die zeker of misschien het product zouden kopen, hebben 22 de Nicaraguaanse nationaliteit. Tussen de geslachten was er geen duidelijk verschil. 51% van de respondenten heeft totaal geen behoefte om een portefeuille van kaaimanleer te kopen. De beschilderde veer scoorde echter het hoogste. Voor dit product gaven 29 respondenten aan interesse te hebben om het te kopen. Daarnaast gaven nog eens 12 respondenten aan dit misschien te willen kopen. Slechts 25% had absoluut geen behoefte om dit product te kopen. Voor dit product was er geen duidelijk verschil tussen geslachten of nationaliteit.

Via de rangschikking die de respondenten maakten, kon er verder gekeken worden hoe de respondenten de producten ordenden ten opzichte van elkaar. Naast de pad, de portefeuille en de beschilderde pluim werden ook de producten die niet werden gemaakt van dierenmateriaal mee gerangschikt. De respondenten gaven scores van 1 tot 5, wat respectievelijk overeenkomt met hun minst favoriete en meest favoriete product. In tabel 2 vind je de gegeven scores per product terug. De scores van de producten die niet van dierenmateriaal werden gemaakt, werden samen gezet tot één gemiddeld cijfer. De gemiddelde scores variëren tussen 1 en 5, waarbij 1 enkel bekomen wordt als alle respondenten dat product de laagste score geven en 5 als ze het allemaal de hoogste score toekennen.

Tabel 2: Samenvatting van rangschikking wildlife souvenirs volgens respondenten, met de gemiddelde score per product, het aantal maximum –en minuscores.

| Product(en) | Gemiddelde score | aantal minimumscore (op 55) | aantal maximumscore (op 55) |
|---|-------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| Pad | 1.55 | 35 | 1 |
| Portefeuille | 2.3 | 15 | 5 |
| Pluim | 3.47 | 4 | 17 |
| Pad + Portefeuille | 1.93 | 50 | 6 |
| Pad + Portefeuille + Pluim | 2.44 | 54 | 23 |
| Producten zonder materiaal van een dier | 3.84 | 1 | 32 |

De gegevens tonen aan hoe de interesses voor de verschillende producten zich ten opzichten van elkaar verhouden. Ook hier zien we dat de pad het slechtste scoort, gevolgd door de portefeuille en de pluim. De drie producten tezamen scoren beduidend lager dan de souvenirs die niet gemaakt werden van dierenmateriaal. Hieruit kan men dus afleiden dat er bij de proefpersonen minder vraag is naar producten gemaakt van materialen van dieren dan producten niet gemaakt van dieren. Als we de score van de beschilderde pluim alleen bekijken, zien we echter dat die niet veel lager scoort dan de producten niet gemaakt van dierenmateriaal.

De vraag ligt dus relatief laag voor de producten gemaakt van wilde dieren. Die bevindingen worden deels door de kopers ondersteund. Zo schatten de kopers dat er gemiddeld tussen 1 en 3 padden per maand worden verkocht, met maanden zonder dat een exemplaar verkocht kan worden. Een verkoopster kan exact aantonen hoeveel ze verkoopt. Ze kocht 6 maanden geleden haar voorraad padden aan en verkocht in die periode 8 padden. De verkopers verklaren dat weinig mensen van de dieren houden, absoluut Nicaraguanen niet. Tussen de geslachten is volgens hen geen onderscheid. Twee verkopers voegen eraan toe dat de vraag naar padden over de laatste jaren gezakt is. De verkopers van kaaimanleer vertellen dat ze gemiddeld 2 tot 4 exemplaren per maand verkopen. Dit is relatief laag vergeleken met portefeuilles gemaakt van koeienleer, aangezien die dagelijks verkocht worden. Ook dit wordt volgens de verkopers eerder door toeristen dan Nicaraguanen gekocht, zonder onderscheid te maken tussen geslachten. De resultaten van de steekproef spreken dit tegen. Van de beschilderde pluimen worden er gemiddeld 4 tot 10 stuks per maand verkocht. Dit is volgens de verkopers een artikel dat het goed doet, zowel bij toeristen als Nicaraguanen, mannen en vrouwen. Hoewel de sieraden van de zeeschildpad niet in de vragenlijst verwerkt werden, gaven verkopers er wel hun idee over. Een verkoopster zegt dat ze bijna dagelijks een dergelijk product verkoopt. Dit kan deels zo zijn omdat het aanbod veel kleiner is dan voor de andere producten. Als we algemeen genomen de wildlife producten vergelijken met andere souvenirs, zijn er wel een heel aantal producten die een veel grotere vraag hebben. Rimbaud verduidelijkt dat het wel kan zijn dat de vraag klein is, maar dat dat de essentie niet is. "Zolang er vraag is, worden de producten aangeboden en zolang de producten worden aangeboden, zullen mensen ze kopen."

10.2.3 De motieven voor aankoop van een wildlife souvenir

In het vorige deel werd beschreven hoeveel van de ondervraagden de wildlife souvenirs zouden kopen en welke producten voor hen de voorkeur kregen. Die cijfers geven ons

enkel een kwantitatief resultaat over de vraag naar die producten. Om meer te weten te komen over de redenen van aankoop, werd de respondenten ook gevraagd om associaties te maken bij elk product dat ze te zien kregen. Eerder in de resultaten (zie hoofdstuk 10.2.1) werd al beschreven hoeveel personen directe linken legden met het gebruik van materiaal van wilde dieren. Hier worden de andere motieven toegelicht die tijdens de ondervragingen naar voor kwamen als goede of slechte eigenschap van de geselecteerde souvenirs.

Van alle producten werden er de minste positieve motieven gegeven bij de pad. De meest terugkomende motieven zijn dat het product origineel, grappig en creatief is. Mensen blijken dit dus vooral interessant te vinden omdat het niet alledaags en ludiek is. Meer specifiek werd er door een respondent aangegeven dat hij het origineel vindt dat de padden worden afgebeeld alsof ze mensen zijn. Enkele respondenten beschrijven dat ze het goed vinden dat het product handgemaakt is. Het is hier niet duidelijk of ze geloven dat dit geen echte pad is omdat ze bijvoorbeeld denken dat het uit hout werd gemaakt of dat ze refereren naar de verwerking van pad tot souvenir. Door één persoon werd aangegeven dat het motief voor aankoop is dat het van een echte pad is gemaakt. Van alle ondervraagden was er dus maar één iemand voor wie het aspect van een wild dier belangrijk is. In tegenstelling tot de positieve motieven, kreeg de pad veruit de meeste redenen waarom mensen het product juist niet zouden kopen. De meerderheid geeft aan dit niet te kopen omdat het gemaakt is van een wild dier. Daarnaast gaf een groot deel aan dat ze het souvenir gewoon lelijk vinden. Enkele van hen specificeren dat ze niet van het dier houden of dat ze de kleuren te donker en ouderwets vinden. Verder kwam enkele keren terug dat het product eng is. Vervolgens werd er verschillende keren aangehaald dat er geen duidelijke link is met Nicaragua en dat het product geen direct nut heeft. Tot slot waren er respondenten die zich bekommerden over het feit dat het breekbaar is.

Voor de portefeuille gemaakt van kaaimanleer gingen de meningen verdeeld op. Er werden ongeveer evenveel motieven gegeven voor als tegen de aankoop van het product. De belangrijkste factor voor aankoop was de stijl van de portefeuille. 15 ondervraagden haalden een esthetisch aspect naar boven, zoals de kleuren, de print, het borduurwerk en de elegantie. Een tweede belangrijke factor bij de respondenten was de functie van het product. 14 ondervraagden haalden aan dat ze dit een handig product vinden. 6 personen vinden het positief dat het een traditioneel product is, dat handgemaakt is. 4 respondenten vinden het belangrijk dat het van leer gemaakt is en één daarvan vertelt dat het er degelijk kwaliteitsvol materiaal uitziet. We zien enkele gelijkaardige motieven terugkomen tegen de aankoop van de portefeuille. Zo zijn er 16 mensen die aangeven dat de stijl hen niet aanspreekt. Er zijn dus meer tegen- dan voorstanders van de stijl maar dat hangt natuurlijk af van de smaak van de ondervraagden. Daarnaast geven 2 mensen aan dat ze dit geen traditioneel product vinden en 5 dat ze dit geen praktisch product vinden. 12 respondenten vermelden dat ze tegen het gebruik zijn van leer. 5 daarvan specificeren dat ze niet akkoord zijn met de verwerking van huiden van wilde dieren in souvenirs. Opmerkelijk is dat geen enkele respondent aangeeft dat die dit product interessant vindt omdat het exclusief materiaal is, wat in de literatuur wel als belangrijk motief wordt beschreven (zie hoofdstuk 7.3.1).

Over de beschilderde veer waren er bijna uitsluitend positieve dingen te zeggen. 38 respondenten vermelden dat ze het product mooi vinden. Specifieker werd door een deel aangehaald dat ze de kleuren en de tekening mooi vinden. Anderen vermelden dat ze het

artistieke aspect van dit product appreciëren of dat het decoratief is. 15 ondervraagden halen aan dat ze de verwerking van de veer in het schilderij een meerwaarde vinden. Zoals een van hen vermeld, maakt dat het product origineel en toont de relatie met de natuur. Tot slot zijn er 4 mensen die vermelden dat ze het belangrijk vinden dat dit een traditioneel product is. Er werden weinig negatieve motieven gegeven. Het motief dat het vaakst terugkwam, slechts door 3 mensen aangehaald, is dat het product geen direct nut heeft. Ook 3 mensen vermelden dat ze zich vragen stellen of het product diervriendelijk is. 2 ondervraagden begrijpen de culturele betekenis niet en één iemand vindt het product kitsch.

10.2.4 De publieke mening over souvenirs gemaakt van wilde dieren

Aan het einde van de ondervraging werd er gevraagd wat de mening van de correspondenten was over souvenirs gemaakt van wilde dieren. 43 respondenten, of 78%, is tegen het gebruik van wilde dieren voor het maken van souvenirs. Iemand licht toe dat het gebruik van eender welk dier als decoratie of kledingstuk respectloos is ten opzichte van het dier. Iemand anders zegt dat het barbaars is om dieren te doden om luxeproducten van te maken. Voor 5 ondervraagden maakt het niet uit en 7 respondenten geven aan dat de verkoop van wilde dieren wel moet kunnen. Twee daarvan vermelden daarbij wel dat dit volgens hun mening enkel te tolereren is als het dier op een diervriendelijke manier wordt gedood. Twee anderen geven aan dat het enkel kan met wilde dieren die op natuurlijke wijze gestorven zijn. Een iemand vindt dat het mag als het om dieren gaat die niet met uitsterven bedreigd zijn. Tot slot wijst een respondent erop dat souvenirs waarvoor wilde dieren gedood werden in beperkte mate moet kunnen verkocht worden als de producten niet verspild worden.

11 Conclusies en aanbevelingen

Op de artisanale markt in Leon in Nicaragua worden souvenirs verkocht die afkomstig zijn van wilde dieren. De ngo Sonati vecht tegen de milieuproblemen die in het land heersen en waartegen de overheid niets of te weinig doet. De verkoop van producten van wilde dieren vormt mogelijks een bedreiging voor het voortbestaan van de gecommmercialiseerde soorten. Omdat over de verkoop weinig geweten is, werd een verkennend onderzoek uitgevoerd. In deze scriptie werd onderzocht welke producten werden aangeboden en wat hun herkomst is, alsook wat de vraag is naar die producten. Met behulp van informanten in de handel als experts werd er getracht een beeld te vormen van de handel. Hier worden de belangrijkste conclusies beschreven en worden aanbevelingen geformuleerd die Sonati kan gebruiken voor hun acties en sensibilisering rond wildlife souvenirs.

In het eerste deel van de scriptie werd het aanbod aan wildlife souvenirs en hun herkomst in kaart gebracht. De omvang van de markt in Leon is klein maar er is een gelijkaardig aanbod te vinden als in de grotere markten in Nicaragua. De belangrijkste souvenirs zijn opgezette padden, producten van leer van slangen en krokodilachtigen, beschilderde veren en sieraden van zeeschildpadden. De populatie van de padden is stabiel waardoor de dieren niet beschermd zijn en legaal verkocht mogen worden. Hoewel er sprake is van kweekprogramma's, werd dit door experts niet bevestigd. Het leer van slangen die in gevangenschap gekweekt zijn en kaaimannen die volgens de normen zijn bejaagd, mogen ook legaal verkocht worden. Beide populaties zijn nog stabiel in Nicaragua maar in de laatste jaren sterk teruggedrongen. Met de leerproducten moet opgepast worden, omdat het mogelijk is dat die via parallelle illegale routes tot bij de markt in Leon kwamen. De verkoop van leer van krokodillen en schild van zeeschildpadden is absoluut verboden. Beide soorten zijn sterk bedreigd door de jacht. De veren die beschilderd werden zijn waarschijnlijk afkomstig van pluimvee of van verschillende algemeen voorkomende vogelsoorten. Het gebruik van die veren is niet verboden. De informatie die de respondenten geven over het productieproces van de souvenirs, legde ook het aspect van dierenwelzijn op tafel. Er waren niet genoeg informanten om een gedetailleerde inzicht te geven op de manier hoe de dieren worden gedood, maar hun verhalen tonen wel aan dat de dieren niet altijd op een rechtvaardige manier worden behandeld. De observaties rond dierenleed en de getuigenis van dierenrechtenstrijder Rimbaud, tonen aan dat we er niet mogen vanuit gaan dat de producten op een diervriendelijke manier werden geproduceerd. Rimbaud legt ook uit dat er geen onderzoek werd gedaan rond deze problematiek in Nicaragua omdat er andere prioriteiten zijn rond conservatie van dieren en dierenleed. Zo haalt hij aan dat de wildlife souvenirs slechts een kleine tak zijn van de handel in wilde dieren en dat het grotere probleem niet genegeerd mag worden.

In een tweede deel van de scriptie werd er getracht beter te begrijpen wie de consumenten van wildlife souvenirs in Leon zijn en waarom ze die producten kopen. Bevragingen bij een steekproef van potentiële kopers toonden aan dat een minderheid van de respondenten bewust was van het feit dat de getoonde souvenirs van materialen van wilde dieren afkomstig zijn. Daarnaast informeerde minder dan de helft van de ondervraagden over de herkomst van de producten alvorens ze een mening vormden.

Die gegevens tonen aan dat sensibilisering het bewustzijn van de koper kan verhogen. Volgens de verkopers worden de consumenten echter wel geïnformeerd. Observaties tonen aan dat de verkopers inderdaad in de meeste gevallen uitleggen dat de souvenirs afkomstig zijn van wilde dieren. De respondenten werden ook gevraagd om aan te geven welke souvenirs ze zouden willen kopen. De meerderheid van hen had interesse om minstens één van de producten te kopen. De grootste vraag lag bij de beschilderde pluim, een souvenir dat mogelijks niet afkomstig is van wilde vogels. De vraag naar het product van wildleer was relatief laag en in de opgezette pad was bijna geen interesse. Die bevindingen werden door kopers bevestigd. Hoewel uit de bevestigingen de tendens verschijnt dat vooral mannen in de pad geïnteresseerd zijn en Nicaraguanen in het product van wildleer, wordt dit door verkopers tegengesproken. Volgens de verkopers is de vraag naar sieraden van de zeeschildpad hoog. Dit is verontrustend omdat de karetschildpad met uitsterven bedreigd is. Naast het koopgedrag op zich werd ook gepolst naar de motieven voor het aankopen van souvenirs van wilde dieren. De pad zou gekocht worden omdat het product grappig en niet alledaags is. Het product met kaaimanleer zou vooral gekocht worden omdat de stijl mensen aanspreekt. Daarnaast zouden de respondenten het kopen omdat het handig is en van kwaliteitsvol materiaal. De beschilderde veer tot slot is aantrekkelijk omdat het mooi is en een decoratieve waarde heeft. Als laatste werd er ook gepeild naar de houding van de respondenten t.o.v. het gebruik van materiaal van wilde dieren in souvenirs. De grote meerderheid geeft aan dat dit volgens hen niet kan. Omdat die mening hun koopgedrag tegensprekt, wijst dit er nog eens op dat sensibilisering wel een effect zou kunnen hebben. Voor een minderheid zou de verkoop moeten worden toegestaan. Wel wordt hierbij vermeld dat rekening moet worden gehouden met de conservatiestatus van het dier en dat het dier pijnloos wordt gedood. Zoals in het eerste deel werd beschreven, wordt dit bij de huidige verkoop niet altijd gegarandeerd.

Uit het onderzoek blijkt dus dat er zowel argumenten voor als tegen het starten van een sensibiliseringscampagne zijn. Enerzijds toont de vragenlijst aan dat weinig respondenten bewust zijn van de oorsprong van het product. Anderzijds verklaarden de verkopers dat ze elke verkoper vertellen dat het product van een wild dier gemaakt werd. De verkopers konden echter niet altijd vertellen of het product legaal is of niet en konden weinig vertellen over het productieproces van de souvenirs. Een sensibiliseringscampagne kan dus zeker nuttig zijn, maar zou meer moeten proberen dan alleen bewustmaken dat de producten van wilde dieren gemaakt werden. Met informatie over de bedreiging van het voortbestaan van de dieren of het dierenleed dat mogelijk komt kijken bij de verwerking, zouden potentiële kopers kunnen overtuigd worden om niet te kopen. De motieven die de respondenten gaven om de producten te kopen kunnen als inspiratie bieden rond de campagne. Zo is het motief 'grappig' voor de pad tegenstrijdig met het productieproces waarbij de dierenrechten waarschijnlijk niet worden gerespecteerd of is kaaimanleer plots niet meer zo stijlvol als men weet dat de portefeuilles er deels voor zorgen dat het bestaan van de soort bedreigd wordt. Dit zijn voorbeelden die aantonen hoe de motieven gelinkt kunnen worden met de problemen die achter de producten schuilen. Omdat de handel complex is, kan het bij campagnes handig zijn om te focussen op een bepaald souvenir. De souvenirs die de voorrang zouden moeten krijgen, zijn de sieraden gemaakt van het schild van de karetschildpad. Dit is het enige product dat zowel met zekerheid illegaal is, als niet duurzaam en gekoppeld aan dierenleed.

Rimbaud legde uit dat er op dit moment geen draagvlak is voor een actie tegen de verkoop van de wildlife souvenirs. Sonati zou een rol kunnen spelen in het aankaarten van dit probleem zodat er wel een draagvlak wordt gecreëerd. Ze zouden de info uit dit onderzoek in de vorm van een les aan hun educatieplan kunnen toevoegen om de lokale bevolking bewust te maken van de problematiek. Het verschil met sensibilisatie naar potentiële kopers toe, is dat in de lessen de nadruk ligt in het schetsen van de hele problematiek i.p.v. louter de vraag naar de producten proberen te verminderen. Een bevolking die beter geïnformeerd is over de problematiek, kan op hoger niveau het probleem helpen aankaarten. Rimbaud vermeldde dat de souvenirhandel slechts een tak is van de vele grotere handel in wilde dieren. Daarom wordt er aanbevolen om bij het opstellen van lessen rond dit thema, het totaalprobleem niet uit het oog te verliezen.

Dit onderzoek laat veel ruimte open voor bijkomend onderzoek. Zo kan een extra inspanning in participatieve observatie ertoe leiden dat meer informanten in het netwerk van de dierenhandel gecontacteerd kunnen worden. Om dat te verwezenlijken is er wel een vrijere agenda en vlot Spaans nodig. Dit onderzoek gaf de impressie dat de verkopers zeer open zijn en wanneer mogelijk nieuwe contacten willen geven. Ik geloof daarom dat het niet onmogelijk is om nieuwe informanten te vinden maar dat daarvoor wel meer tijd nodig is. Dit onderzoek biedt al een voorsprong om in de toekomst gericht naar extra informanten te zoeken. Zolang de informanten op een eerlijke, respectvolle en anonieme manier benaderd worden, geloof ik dat ze graag hun verhaal doen. De extra inzichten die daaruit kunnen voortkomen, zouden van grote waarde kunnen zijn voor Sonati. Een inkijk in het productieproces zou meer info kunnen geven over schending van de dierenrechten. Daarnaast zou men de sociale context van de souvenirmakers en handelaars in kaart kunnen brengen om te zien of er alternatieven zijn. Door de snowball sampling is de onderzoeker echter volledig afhankelijk van de informanten. Een andere tactiek zou kunnen zijn om gericht op zoek te gaan naar gemeenschappen die bij de bron wonen (een vissersgemeenschap of een gemeenschap die aan een natuurgebied woont) om op die manier de andere kant van het netwerk te belichten. Daarnaast kan ook de vraag in meer detail bestudeerd worden. Men kan bijvoorbeeld de sieraden van zeeschildpadden mee opnemen in een onderzoek met potentiële klanten. Voor een sensibiliseringscampagne kan het handig zijn om te weten wat de link is tussen bewustzijn en koopgedrag. Daarbij kan men extra aandacht besteden aan de verschillende aspecten van bewustzijn. In welke mate kent de consument de milieuproblematiek van de verhandelde dieren? In welke mate staat de consument stil bij dierenleed? Omdat Sonati voor dit onderzoek bijna geen informatie bezat over de wildlife souvenirs, was de aanpak voor deze scriptie redelijk ruim. Voor toekomstig onderzoek zou het een meerwaarde zijn om specifieke aspecten van het aanbod of de vraag dieper te onderzoeken. Al dit bijkomend onderzoek zou mee kunnen helpen voor doeltreffendere sensibilisatiecampagnes voor Sonati, maar is ook van algemeen nut om de problematiek aan te kaarten.

12 Zelfevaluatie participatief onderzoek

1) Opstellen van een probleemstelling en onderzoeksvragen

Dit was het eerste jaar waarin SONATI Leon een stageplaats aanbood voor een student van de UCLL. Daarom vond ik het belangrijk dat ik een goede inleiding gaf in de objectieven van de studie en het participatief onderzoek. Dat leek mij een belangrijke basis voor een vlotte samenwerking in het onderzoek. Om dit te doen, heb ik tijdens een inleidende vergadering aan de coördinatrices, Arlen en Gabriela, uitgelegd wat er van mij verwacht werd en welke rol zij daarin speelden. Ik vertelde hen dat het onderzoek voor SONATI gedaan wordt dus dat zij mee mogen nadenken over mogelijke onderzoeksthema's. Daarna heb ik dit even laten rusten en heb ik mij ingewerkt in de organisatie. Gedurende die periode heb ik ook zelf geobserveerd om mogelijke thema's aan te rijken. Het was mij duidelijk dat er binnen SONATI veel mogelijkheden zijn voor onderzoek. Ten eerste leek het interessant om bepaalde activiteiten van SONATI te evalueren. Er wordt bij SONATI weinig gekeken of de lessen en workshops hun doel wel bereiken. Zo viel me bijvoorbeeld op dat tijdens activiteiten rond afval kinderen nog steeds hun afval op de grond gooien. Ook in de gemeenschappen was er veel onderzoek mogelijk. Wat is de houding van de mensen ten opzichte van het conservatieproject? Wat is hun kennis over de problematiek? Hoe kunnen ze meer participeren in het project? Daarnaast zag ik ook mogelijkheid tot onderzoek rond sensibiliseringscampagnes, betrekking van de toeristen in hun hostels aan de activiteiten etc.

Ik had op een maand tijd veel gezien maar had geen idee van wat ze bij SONATI zelf belangrijk vonden. Daarom zat ik in december met het hele educatieteam samen om te bekijken waar de nood naar onderzoek het grootste is. Om hun ideeën aan te wakkeren, heb ik iedereen gevraagd om te noteren welke problemen er nu zijn of met welke vragen ze zitten. Ik vroeg hen om die ideeën op te delen in de volgende thema's: interne werking van het educatieteam, de lessen op scholen, de buitenschoolse activiteiten, de conservatieprojecten in de gemeenschappen en nieuwe toepassingen. Daarmee hoopte ik het team inspiratie te geven over wat er zoal kon onderzocht worden. Uit deze brainstorm kwamen drie belangrijke thema's voort: Het conservatieproject van zeeschildpadden in Salinas Grandes, het afvalprobleem in de stadswijk Tangaras en het opstarten van een sensibilisatiecampagne rond de verkoop van souvenirs gemaakt van wilde dieren. Die thema's werden voorgesteld aan de algemene directeur van SONATI en met hem is er beslist om te werken rond het thema van de verkoop van wildlife souvenirs.

Om tot de onderzoeksvragen te komen, werd mij eerst meer concreet uitgelegd wat het probleem was. Sonati wil een campagne starten tegen de verkoop van wildlife producten op de souvenirmarkt in Leon, maar heeft geen informatie om hun campagne mee te onderbouwen. De resultaten van het onderzoek zou hen daarin wijzer kunnen maken. Arlen vroeg in de eerste plaats te gaan kijken of er over de situatie in Nicaragua secundaire bronnen met informatie terug te vinden zijn. Daarnaast zou het voor de campagne handig zijn te weten welke producten net worden verkocht en waarom mensen die producten kopen. Aan de hand van dit gesprek werden de onderzoeksvragen opgesteld.

2) Bepalen van de onderzoeksmethode

De onderzoeksmethode werd net zoals de onderzoeksvragen samen met Arlen bepaald. Ik werkte zelf eerst een plan uit voor de aanpak door observerende gesprekken bij de verkopers. Met de ideeën ben ik naar Arlen gegaan en hebben we samen besloten dat ik eerst zal starten met het in kaart brengen van het aanbod van wildlife producten. De vragen die ik opstelde voor een interview werden nagelezen door Arlen en aangevuld met extra vragen. Daarnaast gaf ze mij een lijstje met enkele organisaties die rond dit thema werken om daar te starten met mijn zoektocht naar secundair materiaal en extra inzichten. Arlen vond het ook belangrijk dat de vraag naar de producten in kaart werd gebracht. Omdat dit interessante informatie kan bieden voor de campagne en deels tegelijk kan bevraagd worden bij de verkopers, werd er besloten om ook dit aspect mee te nemen in het onderzoek.

3) Moeilijkheden met het verder participatief verloop

Begin februari werd aangekondigd dat beide coördinatrices ontslag zouden nemen. Gedurende heel februari werd er gezocht naar nieuwe kandidaten en bijscholingen georganiseerd. Tijdens die periode was het moeilijk om op feedback of hulp van het team te rekenen. Wel had ik elke maandag vrij gekregen om aan het onderzoek te werken. Daarom besloot ik om op mezelf aan de interviews te beginnen. Eind februari had Sonati een nieuwe directeur, nieuwe coördinatrice en deels nieuwe vrijwilligers. De participatieve samenwerking die ik had opgebouwd met het oude team was er niet meer. De nieuwe mensen wisten niet waar ik mee bezig was en waren dus niet betrokken bij het onderzoek. Omdat zij het enorm druk hadden met de werking terug op gang te trekken, was er weinig ruimte om de samenwerking rond mijn onderzoek op te starten. Via een vergadering heb ik hen ingeleid in wat ik aan het onderzoeken was en waar onze opleiding rond draait. Omdat de overgang moeizaam verliep (er werd weinig info van het oude team doorgegeven naar het nieuwe team), werd mijn poging tot participatief werken snel aan de kant gezet. Ik kan ze daarin niet kwalijk nemen want ze moesten op dat moment hun tijd investeren in prioriteiten voor de organisatie. Daarnaast was het onderzoeksthema bepaald met het oude team en was het nieuwe team niet op de hoogte van de plannen om de campagne te starten. Er was dus nog weinig vraag naar het onderzoek.

Vanaf dat moment is het participatief karakter van mijn onderzoek voor een groot deel verloren gegaan. Ik heb zelf mijn interviews met verkopers afgewerkt en mijn resultaten geanalyseerd. Wanneer dit achter de rug was, was het nieuwe team van Sonati beter ingewerkt. Op dat moment heb ik met de nieuwe coördinatrice, Fabiola, mijn resultaten van de interviews met verkopers besproken en interviews opgesteld voor het bestuderen van de vraag bij potentiële kopers. Vanaf dan was er opnieuw meer communicatie rond het onderzoek.

4) Analyse en feedback resultaten

Omdat het tweede deel van het onderzoek pas laat is uitgevoerd, was er niet veel tijd meer om te analyseren. Wanneer alle gegevens binnen waren, was er nog slechts een week voor ik de stage zou verlaten. Ik heb me op dat moment gefocust op het ordenen van resultaten en het maken van conclusies, waardoor er geen tijd meer was om de resultaten in een presentatie te gieten. Uiteindelijk heb ik zonder ondersteunend materiaal aan Fabiola uitgelegd wat de belangrijkste resultaten waren. Zij heeft vermeld

dat we hiermee een belangrijke basis hebben aan informatie om mee verder te werken. Ze concludeerde daarnaast dat er nog weinig informatie is vrijgekomen over de producten van zeeschildpadden en dat het heel interessant zou zijn om daar op te focussen in een vervolgstudie.

Na de stage heb ik de tijd gehad om een volledige analyse uit te schrijven en heb ik voorgesteld om de resultaten alsnog te presenteren. Hierop is Fabiola echter niet meer ingegaan. Uiteraard had het een grote meerwaarde geweest als ik mijn onderzoek aan heel het team had kunnen voorstellen. Ondanks de omstandigheden had het waarschijnlijk wel mogelijk geweest om een beknopte versie van de resultaten mee te geven via een presentatie. Als ik kritisch kijk naar het verloop van mijn onderzoek, is dit wel mijn grootste misstap geweest. De omstandigheden hebben ervoor gezorgd dat de samenwerking moeizamer verliep, maar toch had ik voor het belang van toepassingen voor het onderzoek meer moeten inzetten op het meegeven van de resultaten.

5) Meerwaarde van het onderzoek

Het onderzoek kan zeker handig van pas komen voor Sonati. De organisatie probeert voor een doeltreffende aanpak alle milieuproblemen in hun educatieplan te steken. Door een gebrek aan informatie was dat voor het thema van de handel in wildlife souvenirs niet mogelijk. Dit onderzoek biedt een basis aan informatie voor Sonati om mee aan de slag te gaan. Er is nu een overzicht van welke wildlife souvenirs worden aangeboden en wat hun oorsprong is. Daardoor kunnen de producten concreet gekoppeld worden aan het probleem van biodiversiteitsverlies en dierenleed. Dit is cruciale info om het probleem van de wildlife souvenirs te schetsen.

Daarnaast blijkt uit de resultaten dat een sensibiliseringscampagne wel nut zou kunnen hebben. Zo kan Sonati niet enkel het probleem aankaarten bij de lokale bevolking, maar ook bij de toeristen. Omdat Sonati zelf een hostel heeft en een netwerk met andere hostels, bars en restaurants, kan al een groot deel van de toeristen bereikt worden. De info die de verkopers gaven over de souvenirs kunnen in combinatie met de motieven van de potentiële kopers gebruikt worden om een doeltreffende campagne te maken.

Omdat het vooral een verkennend onderzoek was, zijn de toepassingen nog redelijk gelimiteerd. Het biedt wel een opstapje om verder onderzoek te doen rond het thema. De openheid van de verkopers duidt bijvoorbeeld aan dat het mogelijk zou zijn om verder met de verkopers samen te werken. De informatie die verkregen werd, geeft ook de kans om in de toekomst specifiek onderzoek te doen rond één bepaald aspect.

13 Bibliografie

Castellón, E. R., Robinson, S. N., Gutiérrez, M.A., Morales, J.V., & Saldaña, O.A. (2008). *Study Review of Nicaragua's Wildlife Trade Policy*. Managua, Nicaragua: MARENA.

Ceballos, G., Ehrlich, P. R., Barnosky, A. D., García, A., Pringle, R. M., & Palmer, T. M. (2015). Accelerated modern human – induced species losses : Entering the sixth mass extinction. *Environmental Sciences*, 9–13.

CITES. (n.d.). <https://www.cites.org/eng/disc/what.php>, geraadpleegd op 9 juni 2017.

CITES Species. (n.d.). <https://cites.org/eng/disc/species.php>, geraadpleegd op 11 juni 2017.

Crowther, T. W., Glick, H. B., Covey, K. R., Bettigole, C., Maynard, D. S., Thomas, S. M., Smith, J. R., et al. (2015). Mapping tree density at a global scale. *Nature*, 525, 201-207.

Diamond, J.D. (2013). *Ondergang: waarom zijn sommige beschavingen verdwenen en hoe kan de onze haar ondergang voorkomen?* Houten, Nederland: Spectrum.

Dirzo, R., Dirzo, R., Young, H. S., Galetti, M., & Ceballos, G. (2014). Defaunation in the Anthropocene, *Science*, 345, 401-406.

Estrategia Nacional Ambiental y del Cambio Climático. (2010). *Plan de Acción 2010-2015*. Managua, Nicaragua.

FAO. (2015). *Evaluación de los Recursos Forestales Mundiales, Informe Nacional: Nicaragua* (eerste editie). Rome, Italië: FAO.

Fundamarte. (2010).

http://www.fundacionamarte.org/index.php?option=com_content&view=article&id=226:historia-de-la-ley-de-proteccion-y-bienestar-animal-en-nicaragua&catid=23:biblioteca&Itemid=35, geraadpleegd op 10 juni 2017.

Gerland, P., Li, N., Gu, D., Spoorenberg, T., Alkema, L., Fosdick, B. K., Chunn, J., et al. (2014). World population stabilization unlikely this century. *Science*, 346(6206), 234-237.

Goodman, L. A. (1961). Snowball sampling. *Annals of Mathematical Statistics*, 32(1), 148–170.

Hoffmann, M., Brooks, T. M., Butchart, S. H. M., Carpenter, K. E., Chanson, J., Self-sullivan, C., Shi, Y., et al. (2010). The Impact of Conservation on the Status of the World ' s Vertebrates. *Science*, 330, 1503-1509.

INBO. (n.d.). <https://www.inbo.be/nl/rode-lijsten-vlaanderen>, geraadpleegd op 9 juni 2017.

IUCN. (n.d.). <https://www.iucn.org/about>, geraadpleegd op 9 juni 2017.

Karp, S. D., Mendenhall, C. D., Sandí, R. F., Chaumont, N., Ehrlich, P. R., Hadly, E.A. et al. (2013). Forest bolsters bird abundance, pest control and coffee yield. *Ecology Letters*, 16(11), 1339–1347.

Krausmann, F., Gingrich, S., Eisenmenger, N., Erb, K., Haberl, H., & Fischer-kowalski, M. (2009). Growth in global materials use, GDP and population during the 20th century. *Ecological Economics*, 68(10), 2696–2705.

La Gaceta. (1956).

[http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/908D08CE61DE8E660625722D0063CE4A?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/908D08CE61DE8E660625722D0063CE4A?OpenDocument), geraadpleegd op 10 juni 2017.

La Gaceta. (1958).

<http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/3133c0d121ea3897062568a1005e0f89/f2b4b6ca1ffbf2a0062571ae004fa504?OpenDocument>, geraadpleegd op 10 juni 2017.

La Gaceta. (1999).

[http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/\(\\$All\)/0B5B2A77DB3CABFE0625723A005496C9?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/($All)/0B5B2A77DB3CABFE0625723A005496C9?OpenDocument), geraadpleegd op 10 juni 2017.

La Gaceta. (2003).

[http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/%28\\$All%29/878312CA9631B9F60625723400675DDB?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/%28$All%29/878312CA9631B9F60625723400675DDB?OpenDocument), geraadpleegd op 10 juni 2017.

La Gaceta. (2011).

[http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/\(\\$All\)/CF820E2A63B1B690062578B00074EC1B?OpenDocument](http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/($All)/CF820E2A63B1B690062578B00074EC1B?OpenDocument), geraadpleegd op 10 juni 2017.

La Prensa. (2017a). <http://www.laprensa.com.ni/2017/01/20/nacionales/2167806-ley-no-sensibilidad-ante-maltrato-animal>, geraadpleegd op 10 juni 2017.

La Prensa. (2017b). <http://www.laprensa.com.ni/2014/09/07/seccion-domingo/211060-10-formas-de-maltrato-animal>, geraadpleegd op 10 juni 2017.

Leemans, R. (2013). *Ecological systems: Selected Entries from the Encyclopedia of Sustainability Science and Technology*. New York, NY: Springer.

Lenzen, M., Moran, D., Kanemoto, K., Foran, B., Lobefaro, L., & Geschke, A. (2012). International trade drives biodiversity threats in developing nations. *Nature*, 486, 109–112.

Mapa De Nicaragua. (n.d.).

http://mapadenicaragua.blogspot.be/2013_05_01_archive.html, geraadpleegd op 8 juni 2017.

MARENA. (2014). *V Informe Nacional de Biodiversidad de Nicaragua* (eerste editie). Managua, Nicaragua: MARENA.

Montenegro-Guillén, S. (2006). *Lake Cocibolca/Nicaragua: experience and lessons learned brief*. Managua, Nicaragua: Research Center for Inland Waters of Nicaragua.

Nelson, E., Sander, H., Hawthorne, P., Conte, M., Ennaanay, D., Wolny, S., Manson, S., et al. (2010). Projecting Global Land-Use Change and Its Effect on Ecosystem Service Provision and Biodiversity with Simple Models. *PLOS One*, 5(12), 1-22.

Potts, S. G., Biesmeijer, J. C., Kremen, C., Neumann, P., Schweiger, O., & Kunin, W. E. (2010). Global pollinator declines: Trends, impacts and drivers. *Trends in Ecology & Evolution*, 25(6), 345–353.

Red List. (2017a). <http://www.iucnredlist.org/details/41065/0>, geraadpleegd op 11 juni 2017.

Red List. (2017b). <http://www.iucnredlist.org/search>, geraadpleegd op 11 juni 2017.

Red List. (2017c). <http://www.iucnredlist.org/details/5659/0>, geraadpleegd op 11 juni 2017.

Red List. (2017d). <http://www.iucnredlist.org/details/8005/0>, geraadpleegd op 11 juni 2017.

SINIA. (2014).

<http://www.sinia.net.ni/multisites/NodoBiodiversidad/index.php/biodiversidad/diversidad-fauna>, geraadpleegd op 9 juni 2017.

SINIA. (2010).

<http://www.sinia.net.ni/multisites/NodoBiodiversidad/index.php/biodiversidad/diversidad-flora>, geraadpleegd op 9 juni 2017.

Staniškis, J.K. (2010). Unsustainable Consumption and Production: Case of Easter Island? *Environmental Research, Engineering and Management*, 54(4), 3-4.

TRAFFIC. (2010). <http://www.traffic.org/trade/>, geraadpleegd op 9 juni 2017.

TRAFFIC. (n.d.). <http://www.traffic.org/overview/>, geraadpleegd op 9 juni 2017.

Van Uhm, D. (2016). *Wildlife Trade, Inside the World of Poachers, Smugglers and Traders* (eerste editie). Zwitserland: Springer.

Water Aid (n.d.). <http://www.wateraid.org/us/where-we-work/page/nicaragua>, geraadpleegd op 10 juni 2017.

Williams, M., Zalasiewicz, J., Haff, P. K., Schwägerl, C., Barnosky, A. D., & Ellis, E. C. (2015). The Anthropocene biosphere. *The Anthropocene Review*, 1–24.

Whiles, M. R., Hall Jr, R. O., Dodds, W. K., Verburg, P., Huryn, A. D., Ruginski, A. T., Pringle, C. M., et al. (2013). Disease-Driven Amphibian Declines Alter Ecosystem Processes in a Tropical Stream. *Ecosystems*, 16, 146–157.

World Bank. (2014). <http://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.DDAY?locations=NI>, geraadpleegd op 4 juni 2017.

14 Bijlage 1: Interview verkopers Wildlife souvenirs

1. ¿Qué productos de animales vende usted? ¿Estos productos están fabricados de animales reales o no?
2. ¿Se puede indicar en este mapa dónde viven los animales? ¿Y dónde se hacen los recuerdos?



3. ¿Cómo se obtienen los animales? (a través de la caza o la cría)
4. ¿Cómo se hacen los productos de animales?
5. ¿Cómo vienen los productos de animales a León? ¿De quién obtiene usted estos productos? ¿Es todo el tiempo la misma persona?
6. ¿Usted piensa que es importante que se puede vender los productos? ¿Por qué/por qué no?
7. ¿Con qué frecuencia usted vende recuerdos de los animales?
8. ¿A quien vende usted la mayoría de sus recuerdos de animales? (Nica o turista/edad/sexo)
9. ¿Sabe usted dónde están otros mercados en los que venden productos similares?

15 Bijlage 1: Interview verkopers wildlife souvenirs

Sexo/Sex: **Mujer/Woman** **Hombre/Man**

Edad/Age: **Nacionalidad/Nationality:**

1. **¿Qué opina usted de los siguientes productos?** What do you think of the following products?

- **Número de producto/** Product number:

¡Decir en unas palabras lo que le gusta y lo que no le gusta de este producto! / Name a few things that you like and don't like about this product.

| Me gusta.../I like... | No me gusta.../I don't like... |
|------------------------------|---------------------------------------|
| | |

¿Consideraría usted comprar este producto?/ Would you consider buying this product?

Si/Yes **No/No** **Tal vez/Maybe**

- **Número de producto/** Product number:

¡Decir en unas palabras lo que le gusta y lo que no le gusta de este producto! / Name a few things that you like and don't like about this product.

| Me gusta.../I like... | No me gusta.../I don't like... |
|------------------------------|---------------------------------------|
| | |

¿Consideraría comprar este producto?/ Would you consider buying this product?

Si/Yes **No/No** **Tal vez/Maybe**

- **Número de producto/** Product number:

¡Decir en unas palabras lo que le gusta y lo que no le gusta de este producto! / Name a few things that you like and don't like about this product.

| Me gusta.../I like... | No me gusta.../I don't like... |
|------------------------------|---------------------------------------|
| | |

¿Consideraría comprar este producto?/ Would you consider buying this product?

Si/Yes **No/No** **Tal vez/Maybe**

- **Número de producto/** Product number:
- **¡Decir en unas palabras lo que le gusta y lo que no le gusta de este producto!/** Name a few things that you like and don't like about this product.

| | |
|------------------------------|---------------------------------------|
| Me gusta.../I like... | No me gusta.../I don't like... |
| | |

¿Consideraría comprar este producto?/ Would you consider buying this product?

Si/Yes **No/No** **Tal vez/Maybe**

- **Número de producto/** Product number:
- **¡Decir en unas palabras lo que le gusta y lo que no le gusta de este producto!/** Name a few things that you like and don't like about this product.

| | |
|------------------------------|---------------------------------------|
| Me gusta.../I like... | No me gusta.../I don't like... |
| | |

¿Consideraría comprar este producto?/ Would you consider buying this product?

Si/Yes **No/No** **Tal vez/Maybe**

- ¡Ordenar los productos de más a menos preferido!/** Rank the products from most to least favorite!

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|---|
| Más preferido/ Most favorite | | | | | | | Menos preferido/ Least favorite |
|--|--|--|--|--|--|--|---|

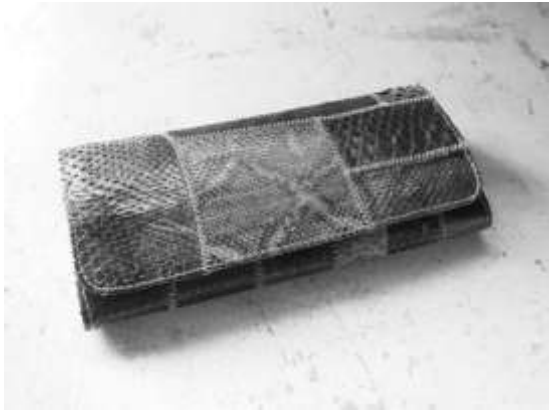
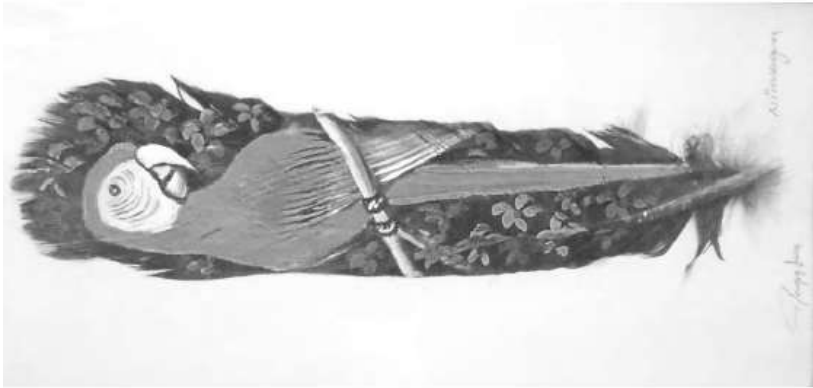
- ¿Cuál es su opinión acerca de los productos fabricados con animales silvestres?/** What is your opinion about products made of wild animals?

- A mi me gusta./** I like it.
- A mi no me importa./** I don't care.
- A mi me parece mal/** I think it's wrong.
- Otro opinión/**Other opinion:

- ¿Cuáles de los productos anteriores considera usted que están fabricado de animales silvestres? Which of the previous products do you consider made of wild animals?**

.....

16 Bijlage 3: Foto's vragenlijst



17 Bijlage 4: Foto's wildlife souvenirs

A. Foto's van variëteiten aan souvenirs gemaakt van de reuzenpad



B. Foto's van portefeuilles van kaaimanleer



C. Foto's van beschilderde veren



D. Foto's van juweel van schild van de karetschildpad (links) en koraal (rechts)

