

| | | |
|--|------------------------------|--------------------|
| Anfrage öffentlich | Datum 03.06.2020 | Nummer F0131/20 |
| Absender Stadtrat Dennis Jannack Fraktion DIE LINKE | | |
| Adressat Oberbürgermeister Herrn Dr. Lutz Trümper | | |
| Gremium Stadtrat | Sitzungstermin 04.06.2020 | |

| |
|---|
| Kurztitel Zoo Magdeburg: Verändertes Werbedesign vs. Umweltbildung und Tierwürde |
|---|

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister,

die Gestaltung der Citylightposter des Zoologischen Magdeburgs, ausgehängt im gesamten Stadtgebiet der Landeshauptstadt, zeigt sich seit Ende März /Anfang April 2020 in einem neuen Gewand. Diese Gestaltung zog sich in der folgenden Zeit durch die gängigen Printmedien (bsp. Volksstimme), der Facebookseite des Zoo Magdeburg, der Eingangsbeklebung der Zoowelle und der Fahngestaltung. Das neue Erscheinungsbild (Farbauswahl, Gestaltung etc.) lehnt sich stark an das Design des Zoo Leipzig an (spontane Äußerungen Dritter), wodurch der Wiedererkennungswert, nicht mehr gegeben ist.

Der Tierschutz hat in Deutschland Verfassungsrang. Auch wenn die Tierwürde bislang nur in den Ländern Luxemburg und Schweiz gesetzlich verankert ist, sind bei dem neuen Erscheinungsbild des Zoos Magdeburg Wildtiere in unnatürlichen Verhaltensweisen dargestellt. Diese Darstellungsweise ist anachronistisch und kann dem Image des Zoos als Artenschutzzentrum nachhaltig Schaden zufügen. „Wie das Onlineportal Adweek mitteilte, kündigten die Agenturen Shutterstock, Alamy, Dreamsteam und Pond5 an, vermenschlichte Affen aus ihrem Angebot auszusortieren. Anlass seien Gespräche mit der Tierrechtsorganisation Peta, die darauf hinweist, dass die "unnatürliche Darstellung" sowohl dem Tier vor der Kamera als auch den Artgenossen schadet. Ähnliches war den Aktivisten zuvor schon in der Werbebranche gelungen. Agenturen wie McCann, Leo Burnett, Grey oder BBDO verzichteten auf menschliche Affen in ihren Kampagnen. [...]

Tatsächlich haben US-Forscher nachgewiesen, dass verkleidete Affen in der Fernsehwerbung - etwa der rotbebrillte Trigema-Nachrichtensprecheraffe in den Neunzigern - dem Artenschutz schaden. Probanden, die solche Werbespots sahen, waren demnach abgeneigter, für den Schutz gefährdeter Affen zu spenden, als eine Vergleichsgruppe.“ (s. <https://www.sueddeutsche.de/medien/fotografie-goodbye-charlies-1.4048111>)

Wenn es schon für den Trigema-Schimpanse gilt, sollte es erst Recht für einen Zoo mit seinem ideellen Ziel des Artenschutzes gelten und mit gutem Beispiel vorangehen, auf solche Vermenschlichungen zu verzichten. Schimpanse halten nun einmal keine Schilder...

Ich frage Sie:

1. Warum wird an dem etablierten Design mit Wiedererkennungswert nicht festgehalten?
2. Wer hat die Veränderung veranlasst?
3. Gab es eine Ausschreibung und/ oder einen Gestaltungswettbewerb?
4. Sollte es weder eine Ausschreibung noch einen Gestaltungswettbewerb gegeben haben, ist dahingehend Auskunft zu erteilen, warum dies nicht erfolgt ist. Bitte begründen!

5. Durch wen sind die Grafiken erdacht, entworfen bzw. entwickelt worden?

6. Wie hoch werden die Kosten beziffert, sollte das neue Design bei allen Marketing relevanten Veröffentlichungen umgesetzt werden? Bitte nach einzelnen Marketingpositionen aufschlüsseln.

7. Sind die MMKT und/oder Pro M bei der Neuentwicklung eingebunden gewesen? Wenn nicht, bitte begründen.

8. Ist für die Tierdarstellungen auf Zoo eigene Tiere bzw. das zoeigene Fotoarchiv zurückgegriffen wurden? Wenn nicht, bitte begründen.

9. Sollte keinen zoeigenen Fotos verwendet worden sein, sind dafür Kosten angefallen? Wenn ja, in welcher Höhe sind diese angefallen?

10. Warum sind bei der Neugestaltung Tierdarstellungen gewählt worden, die unnatürliche Verhaltensweisen zeigen, wie bspw. das Halten von Schildern?

11. Wie bewerten Sie die neue Darstellungsform des Zoo Magdeburg von zum Teil unter Artenschutz stehenden Wildtieren aus Sicht der Umweltbildung, der Tierwürde und des Artenschutzes?

Ich bitte um eine ausführliche schriftliche Antwort.

Dennis Jannack
Stadtrat