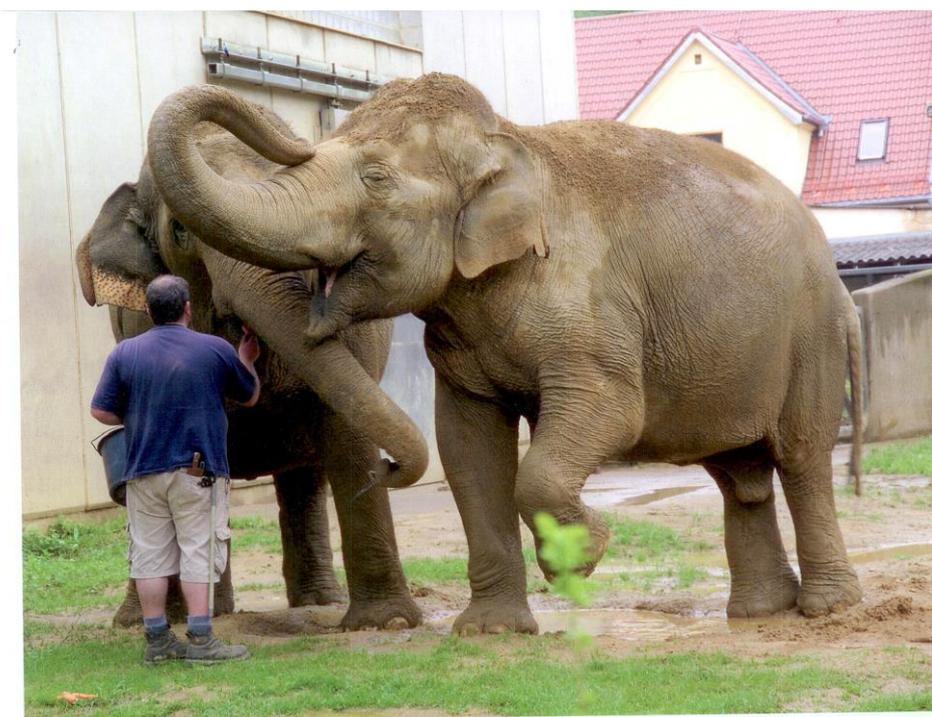


# GRÜN Pressespiegel

Thema: Fett Kohle für Dickhäuter – Kampagne des Zoo Augsburg für neues Elefantenhaus soll acht Millionen Euro bringen.  
 Medium: Fundraiser Magazin  
 Ausgabe: 02/2016



## Fett Kohle für Dickhäuter

Kampagne des Zoo Augsburg für neues Elefantenhaus soll acht Millionen Euro bringen

Der Zoo Augsburg zieht jährlich etwa 600 000 Besucher aus der Stadt und dem Umland an. Sein Alleinstellungsmerkmal ist das Thema Wasser, das den Besucher über den gesamten Rundgang begleitet. Nun soll ein neues Elefantenhaus die Attraktivität des Zoos noch weiter steigern. Dafür haben sich mehr als 1 000 Menschen freiwillig jeweils in eine kleine Kiste gezwängt.

### Von NINA NEEF

Eine größere Elefantenherde mit bis zu fünf Tieren soll im Zoo Augsburg zukünftig in einer modernen und artgerechten Anlage, einem Haus mit etwa 5000 Quadratmeter großer Freianlage, gehalten werden. Die Tiere werden dann im sogenannten

geschützten Kontakt leben. Die Pfleger kommen nicht mehr unmittelbar mit den Elefanten in Berührung. Nach neuesten Erkenntnissen werden hierdurch die natürlichen Sozialstrukturen einer Elefantenherde gefördert. Auch das Unfallrisiko für die Pfleger wird dadurch minimiert.

Die Kosten für diese neue Anlage betragen 8 Millionen Euro. Lediglich rund 1 Million Euro kann der Zoo dabei aus eigener Kraft stemmen. Für das Umweltbildungskonzept der Stadt, das Zoo und Botanischen Garten inhaltlich verbinden will, hofft der Zoo daher auf EU-Fördergelder. Aber selbst damit fehlt noch ein großer Teil. Hierfür benötigt der Zoo Augsburg Spendengelder. „Der Bau der neuen Elefantenanlage ist aber nicht von einer eventuellen EU-Förderung abhängig“, betont Tina John, Marketing-Leiterin des

Zoos. „Wir müssten nur eben unsere Pläne für das Umweltkonzept einschmelzen.“

### Kampagnenbausteine

Mit einer gut geplanten Kampagne über drei Jahre sollen die nötigen Spendengelder eingeworben werden. Schon jetzt zeichnet sich ein großer Erfolg der Strategie ab. Die Kampagne besteht dabei aus einzelnen Bausteinen.

Ein überzeugender, emotionaler und aufmerksamkeitsstarker Eyecatcher ist ein wichtiges Zugpferd für den Kampagnenerfolg. Im Fall des Zoo Augsburg ist es der Elefant, der als gutmütiges, charismatisches Tier gilt, das einen gewissen Zauber verbreitet. Die ungewöhnliche Körperhaltung des Elefanten auf dem Kampagnenbild



weckt die nötige Aufmerksamkeit und das Interesse für den Kampagnenaufwurf.

#### Kernaussage und Reichweite

Mit dem Slogan „Nicht nur Du brauchst Platz!“ wird eine Kernaussage getroffen, die in der gesamten Kampagne erscheint und den Betrachter direkt in die Story zieht. Jeder fühlt sich offensiv angesprochen. Zusätzlich verbindet der Aufruf zur Spende: „Zusammen bauen wir ein neues Elefantenhaus.“

Die nötige Reichweite der Kampagne und mehrmalige Ansprache der Spender wird durch ein breites Spektrum an Aktionen erreicht, wie beispielsweise mit der Fotoaktion „Es rappelt in der Kiste“, die gemeinsam mit der Stadtparkasse Augsburg durchgeführt wurde. Dabei ließen sich viele Menschen in Anlehnung an das Kampagnenmotiv in einer engen Kiste fotografieren und luden diese Fotos auf einer Aktionsseite hoch, wo sie be-

wertet werden konnten. Die Stadtparkasse spendete für die ersten 1000 Fotos insgesamt 10000 Euro. Seit Beginn der Aktion Ende März konnten so innerhalb der ersten drei Monate 30000 Euro gesammelt werden.

Zusätzlich rufen 17 Taxen in Augsburg in der Heckscheibe und mit Flyern zur Spende auf; seit Herbst 2015 werden Firmen für ein mögliches Sponsoring angesprochen.

Neben aktiven Schulklassen, die selbst Geld sammeln, unterstützt auch der Verkauf von handgemachten Elefantenkekse und -armbändern das ambitionierte Spendenziel.

#### Spendenhürde und Spenderbindung

Auf der Hauptinternetseite des Zoos sorgt ein Störer für die nötige Aufmerksamkeit und führt auf die Kampagnenwebseite mit einer niedrigen Spendenhürde. Das Onlinetool von GRÜN spendino bietet alle gängigen Zahlungsarten. Außerdem gibt es die Möglichkeit der SMS-Spende.

Gewonnene Spender werden emotional an die Organisation gebunden. Nach jeder Spende erfolgt eine automatisierte Dankesmail an den Spender. Des Weiteren kann bei jeder Spende eine Zustimmung zur Veröffentlichung auf der Spenderliste abgegeben werden. Das honoriert die Aktiven und motiviert zusätzliche Spender. Die täglichen Spenden sind auf einem Spendenbarometer sichtbar. Dies stärkt das Vertrauen des potenziellen Spenders.

Innerhalb der ersten zwei Wochen wurden die Investitionskosten für das GRÜN spendino Online- und SMS-Tool für die ersten zwölf Monate durch Spendeneinnahmen gedeckt.

Angesichts dieser Entwicklungen zeigt sich Barbara Jantschke, Direktorin des Zoos Augsburg, optimistisch: „Wir gehen davon aus, dass die große Summe von acht Millionen Euro nach drei Jahren erreicht wird.“

► [www.elefant.zoo-augsburg.de/aktionen](http://www.elefant.zoo-augsburg.de/aktionen)