

Tierwelt

DIE TIERISCHE ADC GALAZEITSCHRIFT

Nr. 1

2. September 2020

GETRÄUMT

**Um Mitternacht
mit Sibylle Berg**

FEDERLEICHT

**Tiere, unsere
Inspiration**

ENTDECKUNGSREISE

**Naturkind
Christa Rigozzi**

WWF

**Diese Werbe-Tiere
muss man schützen**



Liebe «Tierwelt», wir stellen dich trotzdem zu.

Und zwar genauso unerschrocken wie alle
anderen Sendungen unserer Kunden. Zum
Beispiel starke Direct Mailings welche den
Ideen der Werber den nötigen Biss verleihen.
post.ch/directpoint



DIE POST 

Keine Gala. Aber eine tierische Galazeitschrift.

Tiere sind beliebt in der Werbung. Das kommt vielleicht auch daher, weil Werbung nicht immer beliebt ist: Programmatische Dauerverfolgung, lange und langweilige Unterbrecherwerbung, sauglattistische Radiospots, klischierte Plattitüden in den Timelines der sozialen Medien und, und, und – Trivialität statt Kreativität. Dabei steht bei Auftraggebern die Kreativität ganz oben bei der Wahl ihrer Agentur. Warum also zeigt die Realität ein nicht ganz so kreatives Bild?

Ein Problem ist das unterschiedliche Verständnis von Kreativität. Für manche Gestalter ist kreativ, wenns gut aussieht, für Vermarkter ist vielleicht ein neues Format, für einige Marketeer, wenns günstig ist usw. – alles unterschiedliche, oftmals persönlich getriebene Ziele, die nichts mit der eigentlichen Zielsetzung zu tun haben: Ein möglichst effektives und effizientes Resultat zu erreichen. Darum gibts den ADC.

Es gibt zig Ideen, die zwar einen kreativen Anschein erwecken, aber es nicht sind: Sie sind klischiert. Oder sie verfehlen die Tonalität. Oder sie sind in manchen Fällen sogar kontraproduktiv, destruktiv. Kriterien helfen – beispielsweise 7+ oder 3Q – die Spreu vom kreativen Weizen zu trennen und nicht die Katze im Sack zu kaufen. Das Problem dabei: Viele scheitern bei der Anwendung der Kriterien. Ein guter Indikator, dass ein Team dazu fähig ist, sind die Arbeiten und ja, auch Awards: Über ADC Würfel muss man eigentlich nur reden, wenn man keine gewinnt; ansonsten sind sie eine



Frank Bodin
Präsident ADC Switzerland

Folge für aussergewöhnliche Leistungen und damit ein Hinweis auf das Können. Auch darum gibts den ADC.

Corona ist eines dieser Black-Swan-Ereignisse, das bereits jetzt fundamentale Effekte auf die gesellschaftliche Psyche hat. Dazu gehören Fragen, was die Auswirkungen auf Marken im gesellschaftlichen Kontext sind. Oder die These, dass sich Menschen künftig stärker zu Marken hingezogen fühlen, die glaubwürdig verantwortliches Handeln zeigen. Oder die Annahme, dass Ideen, die der Gesellschaft einen Mehrwert bieten, wichtiger werden. Auch darum gibts den ADC.

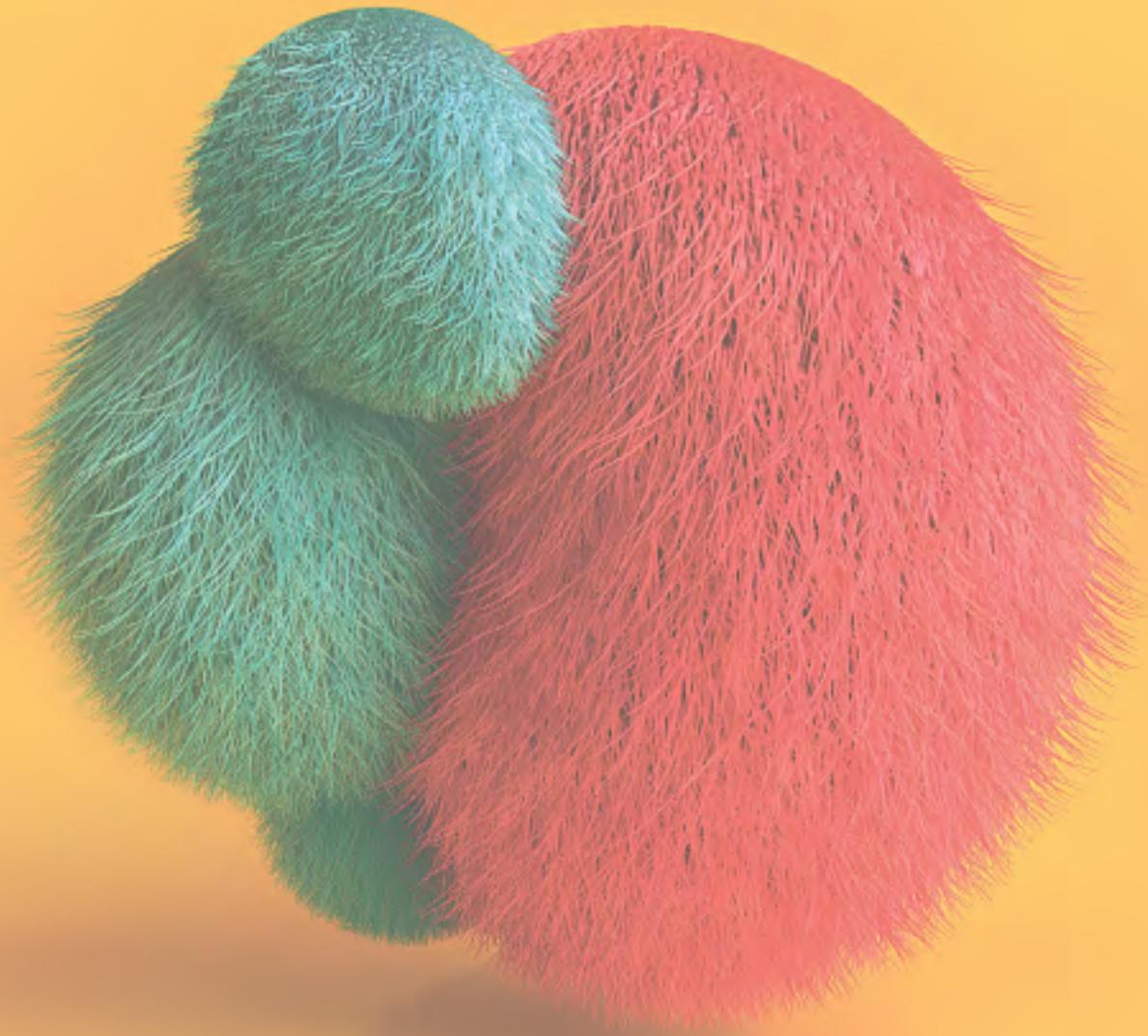
Es wäre naheliegend gewesen, einen schwarzen Schwan aufs Titelbild zu nehmen. Aber wir haben uns für andere Ikonen der Tierwelt entschieden, denen allen etwas gemeinsam ist: Sie werben nicht mit tierischen Jö-Effekten, sondern sind Protagonisten smarter Strategien mit erfrischenden Ideen und haben ADC und Schweizer Werbegeschichte geschrieben. Gut, gibts den ADC.



BOOK
YOUR
CREATIVE **BYC**

Book your night owl.
BookYourCreative.ch

Charakterstarker Mischling aus Kreativität, Strategie, Daten und Technologie.



+
WUNDERMAN
THOMPSON

Wunderman Thompson ist eine der führenden Full-Service Agenturen der Schweiz und vereint Kreativität, Strategie, Daten und Technologie zu aussergewöhnlichen Arbeiten. Wir inspirieren Menschen dazu, sich auf Marken einzulassen, diese zu prägen und dadurch ihr Wachstum zu beflügeln. Wundermanthompson.ch



Giorgio Macaluso, seit fünf Jahren Swisscom-Bienenzüchter **43**

Inspiziert und abgeschaut: Tiere, unsere Vorbilder. **18**



Natur pur: Long Distance Domi, 3030 km in 4 Monaten. **48**

Editorial

Inhalt

Augenblick

Tierwelt-Panorama

3
5
8
10

PORTRÄT

Alzheimerpatient Daniel Comte und das Buch *Stolen Moments* 29

HAUSTIERE

Beliebte Zweibeiner Rund 4 Mio. Exemplare sind in Schweizer Haushalten daheim **44**
ADCler Schaut her, wer bei uns zu Hause auch noch lebt **32**

NUTZTIERE

Gorbi und Ogi Matthias Ackeret in der Welt der grossen Tiere **35**

WILDTIERE

6:0, 6:0, 6:0 Wie René Lacoste zum Krokodil auf seiner Kleidung kam **36**
Wunschtraum Ich wollt, ich wär... Welche Tiere Werber sein wollen **38**
Honigproduzent Ein Umweltprojekt bei der Swisscom **43**

FOKUS

Auftritt Das perfekte Tierlogo für die Agentur **14**
Kopieren Kreative Lösungen im Reich der Tiere gefunden **18**
Artensterben Diese Alpha-Tiere müssen unter Schutz gestellt werden **25**

Bilder: Bruno Augsbürger, zVg / WWF, zVg

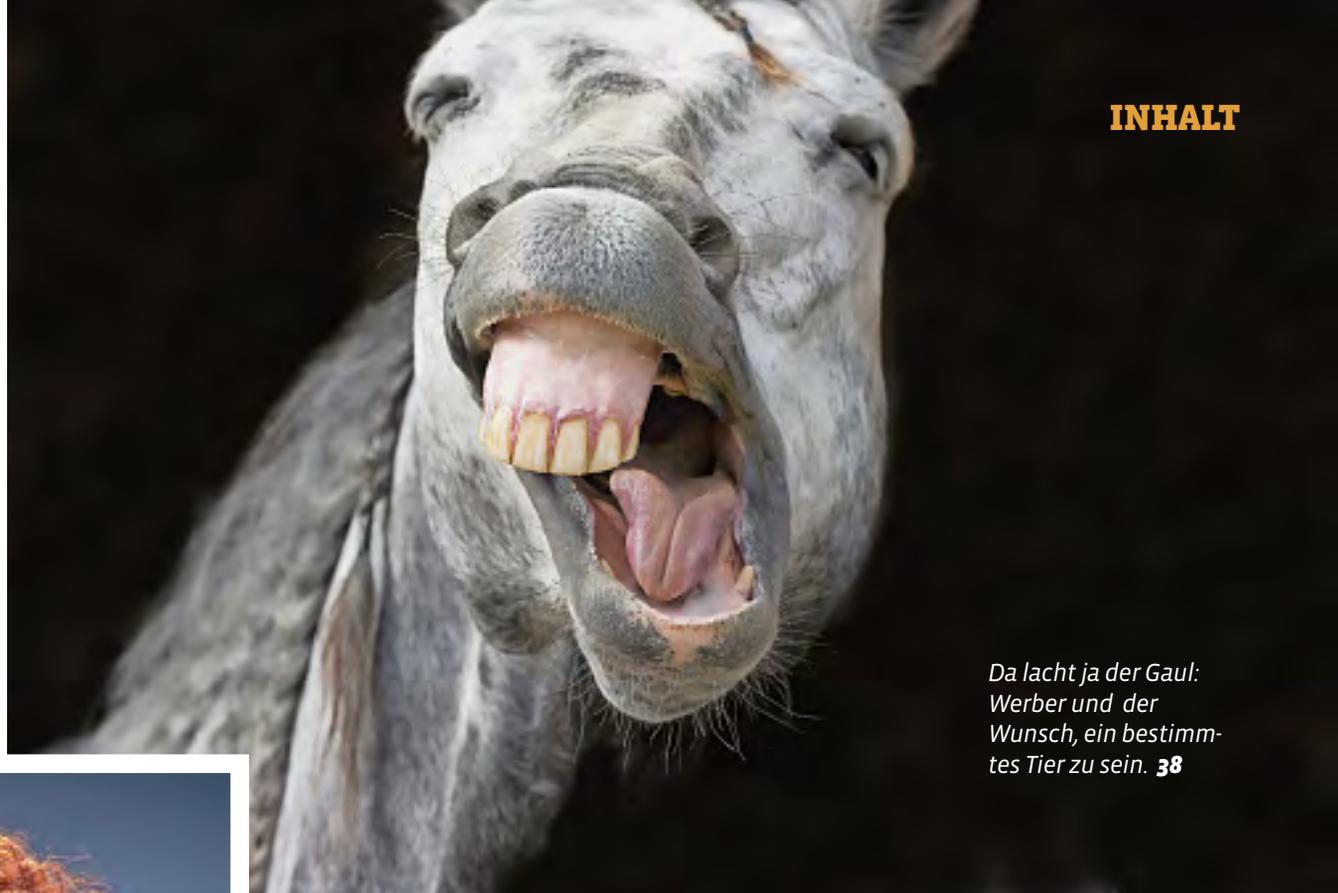
Titelbild: Murasin Grabenhorst



Was wäre der Art Directors Club ohne Tierwelt?

Alle diese Kampagnen wurden vom ADC ausgezeichnet. Davor waren sie natürlich bereits bei uns zu bewundern: «persönlich», das Onlineportal und Magazin der Kommunikationswirtschaft. Jetzt kostenloses Probe-Exemplar bestellen: abo@persoenlich.ch

persönlich



Da lacht ja der Gaul:
Werber und der
Wunsch, ein bestimm-
tes Tier zu sein. **38**



Sibylle Berg: Ein Gnu, ein Lama und das
Gedicht dazu. **61**



2020, das Jahr der
Ratte: Horoskop-
Analyse. **73**

NATUR UND UMWELT

- Fernweh** Alle paar Jahre muss Werberin Dominique Magnusson mal wieder weg 48
- Nachwuchskräfte** Die Kreativnaturen unter Strom 47

UNTERHALTUNG

- Kreuzworträtsel** 53
- Wie bitte?** Welcher Werber stand wohl kurz vor einer Profi-Voltigier-Laufbahn? 55
- Das Tier an mir** Animal-Prints sind der Fashiontrend der Stunde 57

- Gründung** Chuck und Kraul-Kraul-Assistent Lukas entwerfen Unterwäsche 59
- Traumwelt** Sibylle Berg und eine spezielle Begegnung im Bett 61
- Film-Tipps** 63

FORUM

- Tierischer Zirkus** Über fleissige Bienchen und einsame Wölfe 65
- Schnappschüsse** 66
- Kolumne** Zuchterfolg bei Frischauf 69

Impressum 69

- Christa Rigozzi** Erinnerungen an spezielle Ausflüge in die Natur mit ihrem Papa 71

KLEINTIERE SCHWEIZ

- Ratten-Horoskop** Das Jahr der Ratte hielt definitiv nicht, was es mal versprach 73
- Tierwelt-Kampagnen** Vor 16 Jahren war noch alles etwas anders 74

Bilder: © David P. Baileys/shutterstock.com; © KEYSTONE SDA/DPA/Soeren Stache; © Pakhnyushchy/shutterstock.com



Auch vierbeinige Rindviecher verdienen eine Story!

Woche für Woche in der ganzen Deutschschweiz 341 866 tierische Kontakte für Gross und Klein!

Ihr Ansprechpartner: Bruno Hollenweger, Verlagsleiter,
bruno.hollenweger@tierwelt.ch

Tierwelt – Die Schweizer Zeitschrift für Tier und Natur



www.tierwelt.ch

AUGENBLICK



GOLD-GEWINNER

Obwohl die ADC Gala nicht stattfand, durften die Gold-Gewinner 2020 ein Tänzchen aufführen. 2x Gold gewann Neutral Zürich (M., I., Kampagnen und PR). Einmal Gold holten Digitec Galaxus (o.I., Film), Hinderling Volkart (o.r., Digital), Felix Streuli, Markus Rottmann (u.I., Design), Jessica Rees und Imad El Rayess (u.r., Klein-aber-fein) und Michael Kyburz (Student of the Year, links auf dem Bild M.,r.). Hier gehts zum Medaillenspiegel 2020: adc.ch/de/awards/medaillenspiegel



TIER DES JAHRES

Der Flughund hats nicht leicht



Flughunde haben ein effektives Immunsystem.

Der Flughund und die Fledermaus gehören zur Gattung der Fledertiere. Diese haben ein ungewöhnlich effektives Immunsystem, das die Tiere vor Virus-Infektionen schützt, aber gleichzeitig dafür sorgt, dass sich Viren in deren Immunsystem schneller vermehren

und leichtes Spiel haben, ein schwächeres System anzugreifen. Auf einem Tiermarkt in Wuhan (China) sollen Fledermäuse das Coronavirus auf Menschen übertragen haben. Bewiesen ist das nicht, doch eine Unschuldsvermutung für Flughunde gibt es nicht.

Spannende Mitarbeiter

Oftmals stehen die guten Leistungen im Fokus eines Stelleninserates. Dass man es auch anders machen kann, zeigt Jung von Matt. Die aktuellen Mitarbeiter und deren (Tier-)Hobbys werden angepriesen. «Die Idee ist, Leute zu uns zu locken, indem wir aufzeigen, was für spannende Leute bei uns arbeiten. Man verbringt ja viel Zeit zusammen und muss als Team funktionieren», sagt Dennis Lück.



Bilder: © Craig Dingle/shutterstock.com, zig



ZAPFT WENIGER STROM ALS WERBER BIER. DER NEUE MINI ELECTRIC.





Ein Weihnachtsbaum für die ADC Familie

Wer aus der ADC Familie einmal etwas Zeit hat und gerade in der Region St. Gallen unterwegs ist, soll doch bitte mal die Koordinaten N 47°24'40.923", E 9°18'12.447" aufsuchen. Da steht ein Baum, im Namen des ADC ge-

pflanzt, gehegt und gepflegt vom Verein ACNS. Dieser Baum, ein Weihnachtsgeschenk von Hans Peter Brugger, filtert im Namen des ADC für die nächsten 100 Jahre CO₂ aus unserer Luft. Überwacht von der ETH Zürich.

KURZ GEFRAGT



Simon Koechlin,
Chefredakteur
Tierwelt

«Das wissen die Werber besser als ich»

Zum ersten Mal ist die «Tierwelt» Produktionspartner für das ADC Galamagazin. Chefredaktor Simon Koechlin über Tiere in der Werbung, Fleisch als Nahrungsmittel und die Kraft von Google und Co.

Welche Werbung gefällt Ihnen besonders?
Die Bündner Steinböcke, sogar wenn sie sich über Flachländer wie mich lustig machen.

Und welche überhaupt nicht?
Ich hab auch nach zwanzig Mal schauen nicht verstanden, was der Bub bei der Hello-Summer-Kampagne von Coop sagt.

Diese Sonderausgabe der «Tierwelt» wurde für die ADC Gala produziert, die abgesagt werden musste. Jetzt wird das Magazin trotzdem produziert. Weshalb?
Weil die Tierwelt nicht nur im Festsaal eine gute Figur macht.

Unter der Kraft von Google und Co. leiden die Medien- und die Werbebranche gleichermaßen.
Ja, aber zumindest die Medien tragen wohl eine Mitschuld. Redaktionelle Leistungen, egal ob im Print oder Digital, hätten nie gratis angeboten werden dürfen.

Welches Tier wäre der beste Werbeträger für die «Tierwelt»?
Die Kuh, weil sie typisch schweizerisch ist? Oder der Elefant, weil es die «Tierwelt» seit bald 130 Jahren gibt? Keine Ahnung, das wissen die Werber besser als ich.

Essen Sie Fleisch?
Ja, das tun ja neben den Menschen auch viele andere Lebewesen.

Bald stimmen wir über das neue Jagdgesetz ab. Was ist Ihre Meinung?
Die ist privat. Als Journalist bleibe ich lieber neutral.

INTERVIEW: ANDREAS RÜPPEL

«Die Hälfte aller Werbeausgaben ist für die Katz. Aber welche Hälfte?»

John Wanamaker (1838–1922), Unternehmer

DIE ZAHL
158

Am 28. März hätte diese Ausgabe der Tierwelt im Rahmen der ADC Gala erscheinen sollen, 158 Tage später ist es so weit, auch ohne Gala.

TIERWELT ONLINE



Playlists zu den aktuellen Ausgaben:
www.tierwelt.ch/news/unterhaltung

Musikalisches

Der Musikstreaming-Dienst Spotify bietet seit Anfang Jahr Playlists für Tiere an. Nach eigenen Angaben entspricht dies einem Bedürfnis. Ob die Tiere das auch so sehen? Unzählige Studien konnten das bisher nicht beweisen, auch nicht, dass Mozart oder Ländler bei Kühen bessere Milch geben. Und trotzdem: Schaden kann ja auch nicht. Darum findet man auch auf tierwelt.ch spezielle Musik für Tiere, die jeweils auch zur aktuellen Ausgabe des Magazins passt.

Mit ganz viel Raum für Kreativität.



ADMEIRA

Wo Strassenhunde endlich ein Zuhause finden

Ein Leben ohne Hunde? Nein, das könne er sich schlicht nicht mehr vorstellen, sagt Regisseur Tobias Fueter. Er und seine Frau haben zwei Strassenhunde, Roma und Pipa (siehe auch Seite 32), beide stammen aus Rumänien, für beide war eine Einrichtung

namens «The Dog Rose» so etwas wie die letzte Chance. Noëlle Fueter-Stahel und Tobias Fueter haben The Dog Rose mitgegründet, die Idee kam ihnen nach einem Werbefilm-Dreh

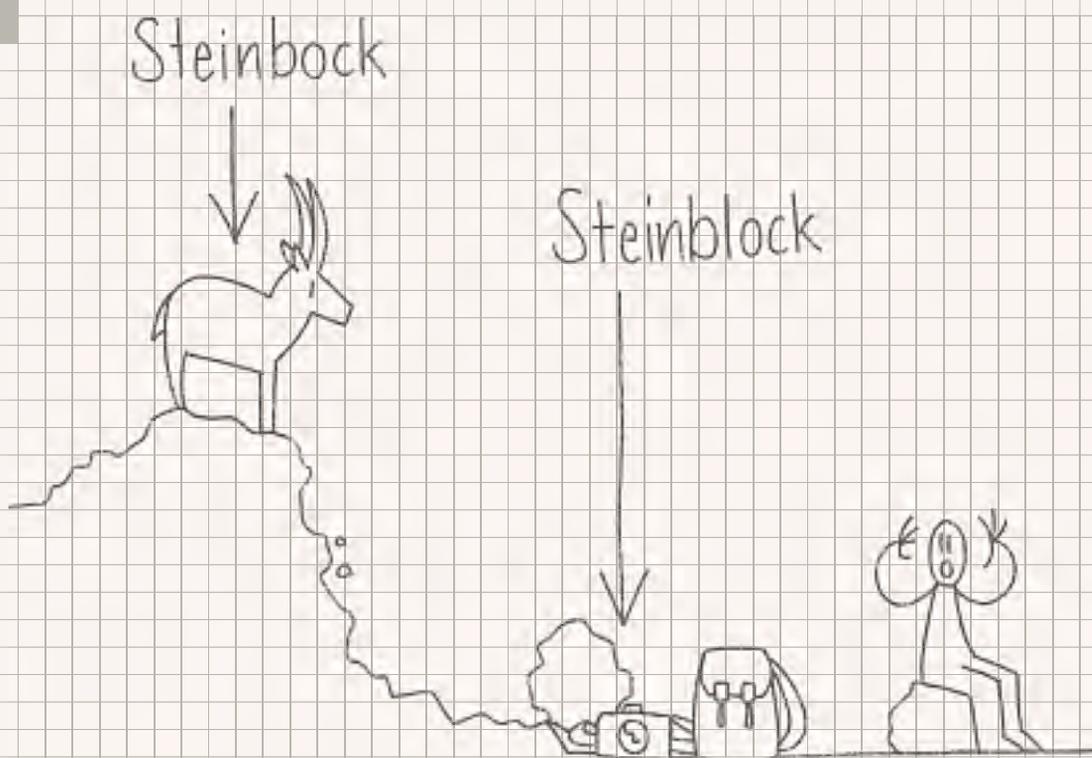
in Bukarest. Auf einem zwei Hektar grossen Areal finden Hunde ein neues Zuhause. Gleichzeitig werden Schulklassen eingeladen, damit die einheimischen Kinder alles über die Strassenhundeproblematik erfahren und Hunde als Spielkameraden kennen lernen.

Der von Fueters und Nonprofit-Expertin Anja Mecklenburgh gegründete Schweizer Verein City-dogs4Streetdogs steht hinter The Dog Rose. In den letzten fünf Jahren konnten dank Spenden und der lokalen Tierärzte Alice Stahie und Gabriel Anghelache im eigenen Tierheim mehr als 500 Strassenhunde gerettet und über 250 europaweit platziert werden. Weitere Informationen sind unter dogrose.ch zu finden.



Eine zwei Hektar grosse Oase für Strassenhunde – und auch für Schulkinder.

Schadensskizze



Was immer kommt – wir helfen Ihnen rasch und unkompliziert. mobiliar.ch

die Mobiliar

Das perfekte Tierlogo für die Agentur

Weltberühmte Marken machen es vor: Ein Tier als Logo zieht. Es ist merkfähig, sagt einiges über das Unternehmen aus und erlaubt grafische Spielereien, die sogar hartgesottene Texter begeistern. Warum also nicht auch für die Agentur ein Tier als Logo verwenden? Um dabei aber in der Nahrungskette nicht ganz hinten zu landen, gibt es einiges zu beachten. Hier ein paar Tipps. CLA CAMPELL

Als Erstes stellt sich natürlich die Frage, ob Raubtier oder Pflanzenfresser. Ein dominanter und furchteinflössender Jäger oder doch lieber ein kuscheliger Veganer, den alle sofort in ihr Herz schliessen? Die Antwort steckt in der Strategie. Es hängt ganz davon ab, ob die Agentur ihren ungestillten Appetit auf Frischfleisch mit dem Logo auch offen zeigen will, oder aber man lieber auf Understatement macht und als vermeintlich harmloser Pflanzenliebhaber daherkommt. Dieser wird auf den ersten Blick vielleicht unterschätzt, denn auch Herbivoren können bekanntlich ganz schön viel Grünzeug verschlingen. Nicht zu exotisch, vertraut und bekannt. BBH hat bewiesen, dass man auch Erfolg haben kann, wenn man sich vom Image her für das dämlichste und harmloseste aller Nutztiere entscheidet. Aber dabei doch irgendwie Einzigartigkeit verkörpert: ein schwarzes Schaf also.

«Einzigartigkeit» ist das nächste wichtige Stichwort und sollte schon sein. Daher auch Finger weg von Pferd und Löwe, denn die sind in der einheimischen Branche schon vergeben. Man will ja nicht zwei bekannte Alphatierchen einfach klonen. Auch wenn das Pferd eigentlich aus Holz ist und der Löwe dringend mal wieder zum Friseur müsste. Bei schätzungsweise zwischen 5 und 50 Millionen Tierarten auf dieser Welt findet sich bestimmt eine Spezies, die noch nicht verwendet wurde. Und wenns halt wirklich unbedingt ein Pferd, Löwe oder Schaf sein soll, gibt es noch folgenden Trick: Eine Kombination aus Tier und Frucht. Da geht dann wirklich nochmal sehr, sehr, viel. Ausser Frosch mit Erdbeere, denn die Agentur gibt es auch schon.

Weiter gilt es, unbedingt einen Mythos zu schaffen rund um die Entstehungsgeschichte des Tierlogos. Es braucht eine spannende und fast schon ungläubliche Story hinter der Ge-

nesis oder Wahl des richtigen Tieres. Einfach den Fuchs zu nehmen, mit der Begründung, er sei halt schlau, reicht nicht. Es muss schon etwa so klingen: Ein Baron aus Italien diente im ersten Weltkrieg als Jagdflieger-Kommandant und schoss selbst als Pilot 34 gegnerische Flugzeuge in 63 Luftkämpfen ab. Das Tier seines Familienwappens zierte dabei sein Flugzeug. Leider wurde aber auch er abgeschossen und kam dabei ums Leben. Seine verwitwete Frau, Gräfin Paolina Baracca, schenkte daraufhin das Familienwahrzeichen zur Verwendung einer noch jungen Automarke. Es ist heute weltberühmt und wird von Wildtieren bei Nacht auf der Strasse gefürchtet: das schwarze Pferd auf gelbem Grund.

Wilde Tiere verstecken sich gerne und sind nicht immer sofort sichtbar – das sollte auch für entsprechende Tierlogos gelten. Dass sich im Berglogo eines Schweizer Schokoklassikers noch ein Bär versteckt, hat sich mittler-



Vom Jagdflieger auf die Kühlerhaube und zu Weltruhm: Das schwarze Pferd auf gelbem Grund.

für Ihre IT

Rat|tenplage

Für jedes Problem gibt es eine Lösung.

Wenn Sie technische Unterstützung für Ihr Apple Gerät benötigen oder wenn Ihr Mac repariert werden muss, finden Sie bei uns kompetente Hilfe. Gerne informieren wir Sie über unsere Dienstleistungen. Tel. 058 225 52 52

weile wohl rumgesprachen, fasziniert jedoch immer noch. Aber dass ein anderer grosser Maître Chocolatier einen Drachen im Logo hat, überrascht jetzt vielleicht. Und was für Schokoladenhersteller gilt, kann für Agenturen nicht nur falsch sein. Also, das Tier darf auch erst auf den zweiten oder dritten Blick entdeckt werden.

Gehen eigentlich auch mehrere Tiere? Ja, wenn man ein Zoo ist und keine Agentur. Und was ist mit Insekten? Ja, aber. Gerade der Sport, wo Tiere sehr beliebte Sujets sind, zeigt uns hier, dass zum Beispiel eine Heuschrecke nicht automatisch Erfolg versprechend ist. Also bitte Vorsicht mit allem, was krecht und flucht.

Und wie weiss man, ob das Tierlogo ein Erfolg ist? Dieser Test ist ganz einfach und geht so: Logo auf einen Briefumschlag zeichnen und ab in den Briefkasten damit. Erreicht der Brief die Agentur, hat das mit dem Tier als Symbol bestens funktioniert. So geschehen 1959, als ein Leserbrief die Redaktion eines Magazins erreichte, ohne dass dessen Adresse auf dem Umschlag stand. Auf dem Brief war lediglich das Tier gekritzelt: ein Hasenkopf mit Smoking-Fliege.

Ein Hasenkopf mit Fliege reicht auch mal als Briefadresse.



Bild: zvg

GRUPPE

MATTENBACH

DAS MEDIENHAUS

GELEBTE NACHHALTIGKEIT BEI DER MATTENBACH



Was wir von Tieren lernen können

Tiere haben die Menschheit seit jeher inspiriert. Dies zeigen nicht nur zahlreiche Redewendungen, auch bei vielen Erfindungen, architektonischen Bauten, modischen Accessoires und medizinischen Errungenschaften wurden die kreativen Lösungen im Tierreich abgeschaut. VON ANDY LUSTI



ENGINEERED BY NATURE

Die Frage «Was kann man von der Natur kopieren, um unser Leben zu vereinfachen?» inspirierte Wissenschaftler in den unterschiedlichsten Bereichen. Trotzdem folgte das erste offizielle Patent erst 1920 für einen Gewürzstreuer, der das Prinzip der Mohnkapsel nachahmte. Kurz darauf kam der Klettverschluss auf den Markt, für dessen feine Widerhaken die Samenkugeln der Klettfrucht Modell standen. Neben der Flora dient auch die Fauna bis heute immer wieder als Vorlage für bahnbrechende Innovationen: Japanische Ingenieure minimierten den Luftwiderstand von Hochgeschwindigkeitszügen durch Lokomotiven in der spitz zulaufenden Kopfform eines Eisvogels (Bild), Raumfahrt-Techniker kopierten die Faltechnik der Flügel von Marienkäfern für ihre Sonnensegel und die wärmeempfindlichen Augen der Grubenotter standen Pate für die ersten Wärmebildkameras.

GENIE DA VINCI MACHTE ES VOR

Leonardo da Vinci nahm bereits um 1500 die Natur als Vorlage für technische Experimente. So beobachtete er den Flügelschlag der Störche und baute auf Basis seines Studiums verschiedene Flugapparate nach, die aber leider alle nicht funktionierten. Heute gilt das Universalgenie als Pionier in Sachen Bionik und viele Forscher, Ingenieure, Designer und Architekten versuchen die Sprache der Biologie in moderne Technik zu übersetzen.



AUF DIE TIERWELT LÄSST SICH BAUEN

Auch in der Architektur dient die Welt der Tiere bis heute als Inspirationsquelle für spektakuläre Bauten und revolutionäre Lösungen. So liess sich das Architekturbüro Foster + Partners für das Clyde Auditorium in Glasgow von der Form des Gürteltiers inspirieren (Bild), Justo Garcia Rubio nahm sich für die Busstation Casar de Càceres in Spanien die Muschel zum Vorbild und Architekt Mick Pearce übernahm das Isolierungs- und Belüftungssystem von Termiten-Hügeln, um das Eastgate Centre in Zimbabwe komplett durch natürliche Konvektion zu kühlen.

DER MENSCH ALS PRÄCHTIGSTER PFAU

Wie stark sich der Mensch seit jeher bei den Tieren bedient, zeigt am besten unsere Kleidung (siehe auch Seite 57). Indigene Völker schmückten sich mit schillernden Käfern oder fremden Federn, während sich die Urvölker in nördlicheren Breitengraden mit Tierfellen vor der Kälte schützten. Spätestens mit der Industrialisierung nahm die Nutzung von Fell- und Federtieren solche Ausmasse an, dass bereits im 19. Jahrhundert die ersten Umweltproteste folgten, wie historische Plakate belegen. Trotzdem dauerte es noch bis in die 1980er-Jahre, bis das Tragen von Pelzen zur Gewissensfrage deklariert und ihr Handel zumindest teilweise eingeschränkt wurde – und das, obwohl längst alles künstlich hergestellt werden konnte, wie Jean-Paul Gaultier vor über dreissig Jahren mit einem Bustierkleid aus Leopardenfell und -kopf demonstrierte, ohne dafür auch nur einer einzigen Raubkatze ein Haar zu krümmen.



BOOK
YOUR
CREATIVE **BYC**

Book your night owl.
BookYourCreative.ch



Aufmerksamkeit garantiert.

Mit unseren Premium-Werbeflächen am Flughafen Zürich erreichen Sie jährlich rund 31,5 Millionen Reisende. Jetzt informieren und buchen unter www.apgsa.ch/airport

 **APG ISGA**
Out of Home Media



LOKAH SAMASTAH SUKHINO BHAVANTU

Mögen alle Lebewesen glücklich und zufrieden sein, ist auch ein Leitspruch im Yoga. Weltweit finden immer mehr Leute in der Jahrhunderte alten indischen Lehre ihren Gegenpol zum stressigen Agentur-Alltag. Mit Hilfe von Atem- und Leibesübungen stärken und entspannen sie sowohl ihren Körper als auch ihren Geist nach dem Vorbild von über vierzig Tieren. Von der Biene über den Delfin bis hin zur Schildkröte helfen Vertreter sämtlicher Arten den Praktizierenden, sich selbst und ihre Natur zu finden. Diesen tierischen Insight nutzten Anfang 2020 Kreativdirektorin Susen Gehle und die drei ADC-Mitglieder Andy Lusti, Lukas Wietlisbach und Per Kasch für eine aufsehenerregende Kampagne im Auftrag des WWF Deutschland. Diese vereinte nicht nur die bekanntesten deutschen Yogalehrer, sondern begeisterte auch rund 500 Yogastudios in ganz Deutschland, mit Yogastunden Spenden für den Schutz bedrohter Tierarten zu sammeln.





Die «herzigen» Katzenvideos überlassen wir andern!

Woche für Woche in der ganzen Deutschschweiz 341 866 tierische Kontakte für Gross und Klein!

Ihr Ansprechspartner: Bruno Hollenweger, Verlagsleiter,
bruno.hollenweger@tierwelt.ch

Tierwelt – Die Schweizer Zeitschrift für Tier und Natur



www.tierwelt.ch

DIE KREATIVSTEN WERBER UNTER DEN TIERE

Wenn Tiere für sich selbst werben, sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt. Der in Neuguinea einheimische Kragenparadiesvogel beispielsweise versucht, potenzielle Partnerinnen mit einer aussergewöhnlichen Tanzeinlage von sich zu überzeugen. Dabei entfaltet er seine schwarzen Federn zu einem Fächer, der von vorne wie ein überdimensionaler Smiley aussieht. Das Skorpion-Männchen hingegen fordert zum gemeinsamen Tanz auf: Dazu greift es dem auserwählten Weibchen kurzerhand an die Scheren und legt mit ihr bis zu zwei Stunden lang eine heisse Sohle auf das Wüstenparkett. Noch aufgeblasener kommt höchstens die Mützenrobbe daher: Die Männchen blasen ihre nasale Membrane zu einem riesigen roten Ballon auf (Bild) und schwingen diesen so lange hin und her, bis ein paarungswilliges Weibchen antanz.



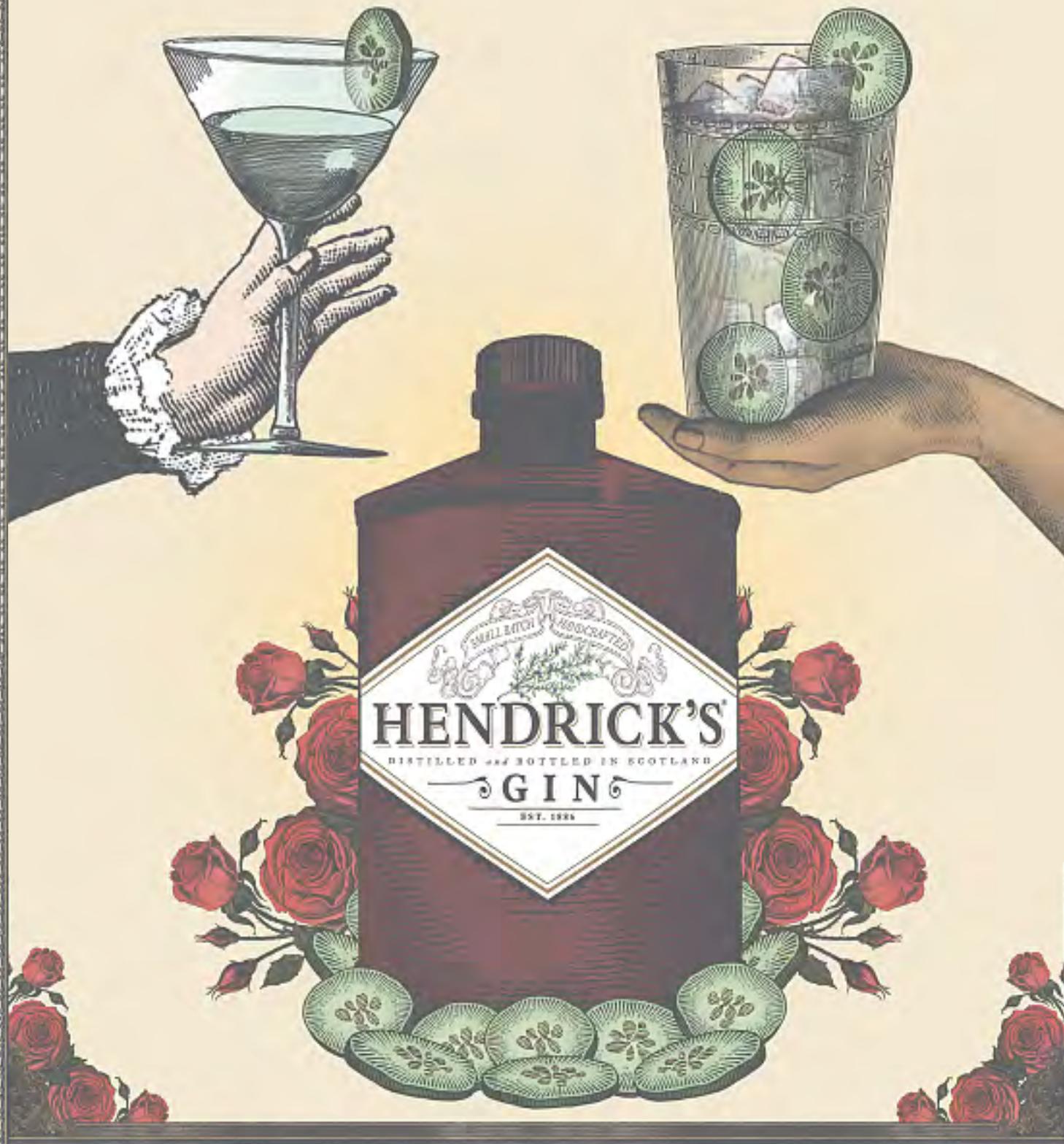
INSPIRATION FÜR DIE ZUKUNFT

Tiere als Vorbild – gerade auch für die Herausforderungen nach Corona. Egal, wie widrig die Umstände sind, es gibt immer einen Weg! Dies beweist die Rückkehr von Delfinen an die Adriaküste, das Nisten von seltenen Mandelkrähen im spanischen Altea nach langer Abwesenheit oder der Besuch von Schakalen im Stadtpark von Tel Aviv eindrucklich. Es gibt also keinen Grund, den Kopf wegen der Krise in den Sand zu stecken und zu warten bis die Welt um uns herum wieder die alte ist. Die neue Normalität und unzählige technische Innovationen bieten mehr Möglichkeiten, als je zuvor. Nicht nur in der Werbung, sondern in jedem Bereich unseres Lebens. Mit tierischer Kreativität für bessere und nachhaltigere Lösungen.



HENDRICK'S

ODDLY INFUSED
with
ROSE and CUCUMBER



Alpha-Tiere – vom Aussterben bedroht

Der Werbewelt droht das Zeitalter der Eintagsfliegen. Jetzt stellt der WWF Forderungen. REINHOLD WEBER (TEXT), MARKUS CAVEGN (ILLUSTRATIONEN)

Sie produzieren Pixel in Form von Videos, Memes und sponsored PR-Schreibe, die schneller im Orkus des digitalen Nirvana landen, als sie hineinkamen.

Sie sitzen in einem Grossraumbüro schweigend mit Kopfhörern neben ihren Kollegen*innen, die ebenfalls Kopfhörer über die gepiercten Ohren gestülpt haben, damit das laute Schweigen ihres Tischnachbarn nicht stört, währenddem sie auf die Nullen und Einsen ihrer Sklaven aus Mumbai, Belgrad oder Warschau warten.

Sie sitzen in Herden mit Klapprechner-Flachbildschirm-Notizblöcken an grossen Konferenztischen und hören dem Teamleader zu, wie er lorem ipsum redet, nicht wissend, was lorem ipsum bedeutet.

Sie machen irgendwas mit Medien. Und Züri-West. Und Bio-Müsli. Und cool. Und das, huschhusch, von heute auf morgen.

Sie beschaffen sich Kameras und anderes technisches Gerät, um übers Wochenende ein Amateurfilmli für 3500 Franken zu produzieren, welches dann so daherkommt wie eines für 1500, was aber keine Rolle spielt. Ist ja eh bloss eine Woche im Netz, weil zu wenige Viewer, Klicks und Sales, und auch der neue Lover der Kundin MBA findet das Filmchen uncool, das haben auch die Szene-Kumpels im Club gesagt.

Sagt einer etwas von Marke, denken die Laptop-Manager am Besprechungstisch, dieser Grufti verschickt doch tatsächlich noch Briefe, von Hand adressiert und frankiert.

Sie reden eine Art Hochsprache, die kein normaler, der deutschen Sprache halbwegs mächtiger Mensch versteht, was wohl Absicht ist, da es meist nichts zu verstehen gibt; die User-Views sind suboptimal klingt ja besser als kein Schwein hat den Scheiss gesehen.

Sie fahren mit dem E-Smart von Bern nach Hüntwangen, um dort das Briefing für einen Gratis-Pitch abzuholen, Budget 35 000 (all in), eine Woche sollte reichen, oder?

Sie reden von Brand-Strategy und meinen damit das, was man früher Direktwerbung (Sehr ge-

ehrte Frau Meili) und Verkaufsförderung (30%, jetzt profitieren) nannte.

Sie schreiben überall «jetzt erleben» und «entdecken» hin, weil das alle anderen auch so machen, und wozu braucht man einen Texter, die sind eh zu teuer; der Pixel-Reinzeichner kann das ja dann hübsch gestalten.

Sie lernen jede zweite Woche einen neuen Brand-Manager kennen, weil der bisherige nach einem Burnout ausgewechselt werden musste, er fährt jetzt im Sinne einer therapeutischen Massnahme mit dem E-Designvelo täglich rund um den Greifensee.

Sie lassen Mediapläne alle vom selben Computer planen, wes-

halb die gesamte sogenannte Werbung den Leuten in den immergleichen Kanälen auf den Geist geht. Alarmierte Werbe-Biologen sprechen in Studien deshalb von der Absenz grosser Ideen aufgrund von Inzucht, von drohender Regentschaft der Eintagsfliegen, vom Aussterben der Alphatiere in der Werbung.

Der Werbe-Wiederaufbau-Fonds (WWF) fordert deshalb zu Recht den Schutz sowie die Aufzucht von besonders gefährdeten Species und nennt namentlich die Folgenden:



DER WILDE STIER

Nüchtern betrachtet musst du hellwach, blitzschnell und ziemlich durchtrainiert sein, um gegen den Herrscher der GGK auch nur die geringste Chance zu haben. Besonders als Kunde. Besonders schützenswert.



DIE DIEBISCHE ELSTER

Dieser Nesträuber klaut überall die besten Ideen, aber so raffiniert, dass dies erst bemerkt wird, nachdem der ADC Präsident, flankiert von zwei Ex-Missen, der genialen Copypaste-Ideen fünf Goldwürfel überreicht hat, weil er es eben doch ein bisschen besser fabriziert hat. Reproduktionsrate muss dringend erhöht werden.

KÖNIG LÖWE

Gründet in Berlin Kreativschulen, vergräbt im Garten auf glühender Holzkohle ganze Schweine in der Erde und zupft bei Sonnenuntergang auf seiner Martin-Gitarre schmalzige Cowboy-Lieder. Man sollte ihn in den Zoo zurückholen, damit er den Besuchern zeigt, wo der Löwe brüllt. Höchst schützenswert.



DER STOLZE PFAU

Schlägt gekonnt das Rad pausenlos in allen Medien, ist aber eigentlich ein schräger Vogel; präsidential, musikalisch, fortpflanzungsfreudig; erfolgreiche Aufzucht deshalb realistisch.



DIE FLEISSIGEN STADTAMEISEN

Sie tragen systematisch und umtriebig Goldwürfel um Goldwürfel in ihren Bau in der Zürcher City, ohne je eine Idee nur im Internet zu verschwenden; haben dadurch nach wie vor einen sehr guten Ruf. Tierart, die dringend erhalten werden muss.



DER SCHLAUE FUCHS

Wenn er etwas tut, was selten vorkommt, dann ist im Hühnerstall aber der Teufel los; letztes Exemplar, kommt leider bloss noch in Thailand vor.

DER WACHE SIEBENSCHLÄFER

Ein stiller, nachtpassiver Schaffer, der nie auffällt, und plötzlich hat er im Casa Ferlin (Spinatravioli, San Pellegrino) wieder eine Idee, die draussen an den Plakawänden alle aufweckt. Grössere Population dieser Species wäre Glatt.



Lorem ipsum!*

Gallia est omnis divisa in partes
tres, quarum unam incolunt
Belgae, aliam Aquitani, terti am.**

* Die beste Headline ist sowieso in Deinem Kopf ;-)

** Das FOCUSWATER die Nummer #1 der Schweizer Vitaminwasser ist,
müssen wir jetzt hier nicht besprechen.

focuswater.ch





Daniel Comte
Fotograf, Creative Director
und Alzheimerpatient

Damit ich nicht vergessen werde



Eine Frau mit ihren beiden Hunden, eingefangen auf der Pestalozzianlage in Zürich.

Was zählt, ist der Augenblick! Daniel Comte wusste das schon immer. Mit seinem Fotoapparat hielt er, der mit über 300 nationalen und internationalen Awards dekorierte Art und Creative Director, diese Augenblicke fest. Sujets voller Emotionen, jedes Bild erzählt eine kleine Geschichte. Die besten Bilder sind jetzt im Buch «Stolen Moments» und in einer Ausstellung in der Photobastei zu sehen. Aber ob Daniel Comte noch weiss, welche Geschichten sich hinter seinen Bildern verbergen?

Mit 51 Jahren erhielt Daniel Comte die Diagnose Alzheimer, Fotografien helfen ihm

zwar dabei, dass Erinnerungen nicht so schnell verblassen, trotzdem werden ihm viele «Augenblicke gestohlen.» Daniel Comte lebt heute, 57-Jährig, in einer Zürcher Pflegeeinrichtung.

Sein ältester Sohn Anatole Comte, der als Grafiker arbeitet und das Design erstellt hat, sowie Werberin Heike Rindfleisch waren im Buchprojekt federführend. Daniels beide andere Söhne Basile und Etienne sind bei der Website und bei

Social Media eine grosse Hilfe. Finanziert wurde das Buchprojekt übrigens durch Spenden, Gönner und Mitgliederbeiträge des gemeinnützigen Vereins Stolen Moments, von Daniels Söhnen gegründet.

Die Thematik Demenz wird im Buch denn auch aufgegriffen. «Es ist aber kein belehrendes oder aufklärendes Buch über Demenz, sondern den Aspekten des Vergessens wird unaufdringlich und überraschend Rechnung getragen», sagt Heike Rindfleisch. So zum Beispiel mit verblassenden Buchstaben (Erinnerungen verschwinden), verkehrt gesetzten Buchstaben (irgendwas ist anders), Wiederholungen von Elementen wie Headlines (ständige Wiederholungen).

Die Buchvernissage findet am 10. September ab 20 Uhr in der Photobastei Zürich statt, bereits ab 4. September (bis am 27.9.) kann man die Ausstellung besuchen. Daniel Comte kann bei der Vernissage aus gesundheitlichen Gründen nicht anwesend sein.

Mitglied werden

Unterstützen Sie das Projekt «Stolen Moments» und setzen Sie sich zudem für die Sensibilisierung zum Thema Demenz ein: Die Einzelmitgliedschaft im Verein Stolen Moments kostet CHF 100 (1 Buch gratis), die Firmenmitgliedschaft CHF 1000 (5 Bücher gratis). Weitere Informationen: stolen-moments.ch



Die beliebtesten Haustiere der Schweiz

Rund vier Millionen Exemplare dieser Rasse sind in Schweizer Haushalten daheim. Und es fehlt ihnen oft an nichts. Trotzdem wird gejault und geheult. Frau, was willst du mehr?
VON INKEN ROHWEDER VON TROTHA (TEXT) UND MAURUS ZEHNDER (ILLUSTRATION)

In der Schweiz leben über 1,6 Millionen Katzen und eine halbe Million Hunde. Fische in Aquarien und Fische in Teichen sind mit einer Anzahl von rund 3 Millionen bzw. rund 1,8 Millionen am zahlreichsten in Schweizer Haushalten vorhanden.» Nur ein weiteres Haustier kann mit der enormen Anzahl glitschiger Blubberwesen mithalten: die Frau. Über 4 Millionen Frauen, lat. Femina, sollen sich nach Angabe des Bundesamtes für Statistik auf Schweizer Haushalte verteilen. Es ist also davon auszugehen, dass sich manche Männer mehr als ein Exemplar dieser beliebten Spezies halten.

Frauen konnten sich im Laufe ihrer Entwicklungsgeschichte einen festen Platz im Herzen der Bevölkerung erobern. Sie schlafen mit im Bett, bekom-

men gelegentlich Filet zu essen und nicht wenige werden mit diamantenen Halsbändern geschmückt. Was in vielen anderen Ländern undenkbar bleibt, ist bei uns längst die Regel. Ganze Industriezweige beschäftigen sich mit dem Wohl der geliebten Zweibeiner und den teils extravaganten Wünschen der Herrchen werden kaum Grenzen gesetzt. Doch es scheint, als ob Abertausende Frauen noch immer nicht recht zufrieden sind. Es wird gejault und geheult, in der Stadt und auf dem Land. Manch ein Frauenhalter wundert sich: Täglich mit Kindern spielen, zweimal im Jahr mit in die Ferien dürfen und im Auto vorne sitzen – ist das denn immer noch nicht genug?

Kritische Stimmen führen an, eine Frau sei eben kapriziös, könne gar zur sogenannten Feministin mutieren und dann bliebe wohlmöglich nur noch das Heim. Hört man sich in der Mitte der Gesellschaft um, stösst man aber auch auf gemässigte Gruppen, die das gesellschaftliche Disruptionspotenzial der oftmals missverstandenen Gattung erkennen

und die, wenn sie schon nicht unterstützend, zumindest nicht verhindernd eingestellt sind.

Ein stetig wachsender Teil der Bevölkerung kann es sich sogar vorstellen, ein diamantenes Halsband von einer Frau umgehängt zu bekommen. Das ist ein gutes Beispiel für gelebte Gleichberechtigung. Allein, womit das Halsband bezahlen? Stellen wir uns vor, die Frau hätte sich einen – dem ihres Herrchens – ebenbürtigen Arbeitsplatz erklafft, dann würde sie für gleiche Arbeit weniger verdienen.

Viele wohlmöglich aus der Art schlagende Frauen verfügen heutzutage über den durchaus menschlichen Antrieb, selbst Herrchen werden zu wollen – sie seien besser ausgebildet und fähiger als ihre natürlichen Vorgesetzten, glauben sie. Und das müsse entsprechend belohnt werden. Nicht nur die 4,8 Millionen eingangs erwähnten Fische bekommen angesichts der Ungeheuer-

lichkeit dieser These Schnappatmung. Heisst es dann demnächst auch: Mein Hund ist mein neuer Boss? Mein Wellensittich verdient mehr als ich? Ich kümmere mich um die Kinder und meine Katze führt 15 000 Mitarbeiter? Zwar liegen letztere Szenarien ausserhalb des gegenwärtigen Vorstellungsvermögens, aber glaubt man den Statistiken, könnte die Gleichberechtigung zwischen Mann und Frau tatsächlich bereits in knapp zweihundert Jahren Realität werden. Als Chef, CEO, Gründer, Chairman oder anderweitig karriereandeutend bezeichnete Frauen bleiben jedoch bei dieser als positiv geltenden Tendenz zunächst die Ausnahme.

Die ADCler und ihre Beziehung zu Haustieren

«Dreckig, laut, unerträglich», sagen die einen.
«Lieb, treu, unvergleichbar», die anderen:
Jetzt haben ADC Mitglieder das Wort!

TOBI FUETER

Unsere Strassenhunde aus dem Tierheim in Rumänien zeigen mir jeden Tag, dass selbstlose Liebe und Treue nicht nur möglich, sondern unbedingt erstrebenswert sind. Roma war der erste Hund, den wir gerettet haben. Er ist menschenscheu, aber im one-on-one ein Goldschatz. Pipa, unser kleines Energiebündel, welches schon fast erfroren an der Tür des Tierheims abgegeben wurde, überlebte wie durch ein Wunder und begrüßt mich seither jeden Morgen ohne Ausnahme.



MARKUS GUT

Schaut euch diese Augen an, diesen erwartungsvollen Blick! Das ist Pepita, unsere Katze, sie gehört in unseren Haushalt wie das Dach überm Kopf. Sie zu füttern ist auch mein persönliches Umweltprojekt. Und ich sage immer: My home is my castle – und das hat eben auch mit Pepita zu tun. Ob Meer, Berge, Stadt oder Land ist mir egal: Dort wo ich mich, wo wir uns wohlfühlen, sind wir zu Hause.



PETER HEBEISEN

Meine Katze Murphy gibt mir genau das, was wohl jeder von uns ab und zu braucht: nämlich Nähe. Die spezielle Beziehung zwischen Mensch und Tier zu erleben und sie auch ab und zu für Kunden fotografisch festzuhalten, ist wunderbar.

LUIGI DEL MEDICO

Klar habe ich Haustiere. Im Grunde mehr als mir lieb sind, das geht wohl allen so – oder wer hat schon gerne Milben? Hin und wieder besucht mich eine Spinne, das ist okay. Aber Tiere, die ich pflegen muss, sind nichts für mich. Ich brauche meine Unabhängigkeit.



ENRICO VON WALTERSKIRCHEN

Da die Meerschweinchen wegsterben, wünscht sich unsere ältere Tochter eine Deutsche Dogge. Im Moment sind meine Gefühle dem Vorhaben gegenüber noch immer zuversichtlich...



FRANK BODIN

Kara ist Familienmitglied, ein «Jack-Dackel»-Mischling und fast immer dabei, wenn ich etwas unternehme oder zum Beispiel in der ADC Galerie vorbeischaue. Aber eben nicht immer, was auch einen Vorteil hat: Denn Kara flippt jedes Mal vor Freude aus, wenn ich nach Hause komme. Nach einem anstrengenden, nervenaufreibenden Tag oft so etwas wie eine Erlösung.

CASPAR MARTIG

Haustiere und meine Gefühle? Ganz einfach, das sind Liebe und Entspannung, und zwar für die ganze Familie. Darum haben wir auch zwei Katzen, Gulletta und Pünktli, und einen Hund, Ferdinand, einen treuen Begleiter.



BRUNO MANSER

Im Moment haben wir vier virtuelle Schweinchen: Peppa, Schorsch, Mama und Papa Wutz, die sind lustig, erleben viel und machen keinen Dreck. Aber bald kommt ein reales Büsi, ich hoffe, das mit dem Dreck bleibt dann auch so. Die Katzentürli sind jedenfalls schon eingebaut.



**EINER
FÜR ALLE.
ALLE IN
EINEM.**

Gemeinsam sind wir eine starke Stimme: Herzliche Gratulation allen ADC-Gewinnern.

SWISSFLM
ASSOCIATION

Mein Leben mit ganz grossen Tieren

Als mich der ADC Switzerland anfragte, ob ich dieses Jahr einen Artikel für die «Tierwelt» schreibe, zuckte ich erst einmal zusammen. VON MATTHIAS ACKERET

Ausser dem Umstand, dass ich Vegetarier bin und meine Eltern einen Berner Sennenhund namens «Senta» besessen, habe ich keine grosse Affinität zu Tieren. Doch die Tatsache, dass die «Tierwelt» schon einmal ein Inserat bei «persönlich» schaltete, stimmte mich dann milder. Als Verleger lässt man sich auf diese Weise gerne überzeugen.

Wo der ADC aber recht hat: Meine Zuneigung gehört zwar nicht den normalen Tieren, aber dafür den ganz grossen. Denn ich arbeitete acht Jahre für Roger Schawinski und treffe seit 13 Jahren jeden Freitag zu frühster Morgenstunde das grösste aller Schweizer

Tiere zum Wocheninterview, das anschliessend im Internet ausgestrahlt wird, 2007 die ganze Schweiz in Wallungen versetzte und mir beinahe den Job kostete. Was ungerecht ist, produzierte doch ausgerechnet mein Interviewpartner Werbekampagnen, die schweiz- und weltweit für Schlagzeilen sorgten, die aber niemals mit einem Effie – geschweige denn mit einem ADC-Würfel – ausgezeichnet wurden. So hart kann das Leben mit grossen Tieren sein.

Ich war als Videojournalist mit Pfarrer Sieber beim Junkieeinsammeln auf dem Letten, interviewte Gerhard Schröder auf einem

Pedalboot auf dem Zürichsee und besuchte Udo Jürgens in seinem Appartement am Zürcher Bellevue. Was nichts Besonderes war, bis der Schlaglerstar stolperte und kopfveran in die übergrosse Linse meiner High-Kamera stürzte. Seitdem galt ich bei TeleZüri als Experte für «die ganz grossen Tiere» – und derjenige, der sie zu Fall bringen konnte. Was gleichzeitig zeigt, wie wenig es braucht, um als Experte zu gelten.

Höhepunkt meiner «Grosse-Tiere-Karriere» war der Moment, als mich Michail Gorbatschow – Godfather schlechthin – bei seinem Staatsbesuch mit dem Bundespräsidenten verwechselte und mit gestreckter Hand auf mich zubewegte. Im letzten Moment schob mich der richtige Bundespräsident, Adolf Ogi, zur Seite.

In diesem Moment wurde mir klar, dass ich definitiv kein grosses Tier bin. Nur noch eindrücklicher kommunizierte dies Helmut Kohl. Als ich ihm 1994 auf dem Zürcher Flughafen die VJ-Kamera vor das Gesicht drückte und die leicht dämliche Frage: «Herr Kanzler, wie gefällt Ihnen Zürich?» stellte, antwortete dieser mit genialer Schlagfertigkeit: «Ich sehe ja nur Sie, aber dies ist mir zu wenig.»

Michael Gorbatschow zu Besuch in der Schweiz, Matthias Ackeret ist hautnah dabei.



ZUR PERSON

Matthias Ackeret ist Verleger von «persönlich». Während acht Jahren arbeitete er als Videojournalist bei TeleZüri und war Spezialist für berühmte Politiker.

Bissig, widerlich,
heimtückisch – und
unverwechselbar.



Wie das Krokodil zum Grand Slam servierte

Wie verteidigte René Lacoste damals wohl seine Idee, ein höchst widerliches, hässliches, heimtückisches, aggressives und durchwegs tödliches Raubtier, ein Viech mit höchsten Antipathiewerten zum Botschafter seiner neuen Tenniskleidermarke zu machen? Vielleicht so... **VON THOMAS SCHÖB**

René, das ist nicht dein Ernst...» – «Doch.» – «Ein Krokodil? Ein grünes Krokodil als Markenzeichen für unsere neue Firma?» – «Ja.» – «Und warum bitte ausgerechnet ein Krokodil?» – «Es ist unverwechselbar. Noch kein Unternehmen auf dieser Welt hat ein Krokodil als Markenzeichen.» – «Eine Hyäne wäre auch unverwechselbar, René! Oder eine Blindschleiche! Es gibt aber vielleicht gute Gründe, René, warum Unternehmen solche Tiere nicht zu ihrem Markenzeichen machen! Ein Krokodil, warum nur?» – «Mon cher, ich habe gute Gründe, es zu tun: Du erinnerst dich doch sicher an Pierre Gillou, unseren Davis-Cup-Kapitän?» – «Natürlich.» – «Es war 1923, wir bummelten durch Boston, und in einem Schaufenster sahen wir einen Koffer aus Alligatorenleder. Er würde mir diesen Alligatorenlederkoffer schenken, falls ich mein Match am Nachmittag gewinne, sagte Pierre.» – «Und? Hast du das Match gewonnen?» – «Nein, aber die amerikanische Presse nennt mich seither The Crocodile, weil ich zäh und kämpferisch sei wie ein Krokodil!»

Mon cher atmet mehrmals tief durch. «Mon dieu, was für eine grandiose Geschichte... Und was für grossartige Zoologen ihr alle seid! Herrgott, René, ist es jetzt ein Krokodil oder ein Alligator?!» – «Egal.» – «René! Du willst die Marke unseres Unternehmens auf einer Anekdote über ein verlorenes Match und eine Wette um einen Alligatorenlederkofter, den du nie gewonnen hast, aufbauen?» – «Exakt.» – «René, écoute! Ein Krokodil hat nun wirklich nichts, aber auch gar nichts mit Tennis zu tun! Ich meine, einen Bären, einen Hasen oder einen Affen könnte man sich vielleicht noch mit einem Tenniseracket in der Pfote vorstellen, aber ein Krokodil? Ça joue petit bras, mon vieux!» – «Ich will keinen Affen auf meinen Hemden, ich will ein Krokodil, mon cher.» – «René!!! Krokodile sind grässliche Tiere! Sie sind widerlich, brutal, heimtückisch! Diese Bestien lauern stundenlang im Wasser und schlagen plötzlich ihre perversen langen Zähne in die zarten Hinterläufe süsser kleiner Antilopen, ziehen sie unter Wasser, bis sie qualvoll ersaufen, wenn sie nicht schon vorher vor Schreck verendet sind, und verschlingen sie am Stück! Süsse kleine Antilo-

pen, René... Hinterhältigkeit! Raublust! Grausamkeit! Sollen dies die Markenwerte unseres neuen Unternehmens sein, René!?»

Mon cher atmet noch einmal tief durch. «DouceMENT, mon cher... Es ist ja nicht so, dass die Qualität des Krokodils die Jersey-Piqué-Hemden von Lacoste beeinflussen wird. Es ist genau umgekehrt: Die Qualität der Jersey-Piqué-Hemden von Lacoste wird das Krokodil beeinflussen.» – «Oh, bien sûr! Alle Welt wird die flauschigen Schuppen von Krokodilrückenpanzern lieben lernen! Ja, man wird sich vor Freude sogar Krokodile tätowieren lassen! René, wach auf! Krokodile sind wahrscheinlich die einzigen Tiere, die nicht mal als Babys liebenswert sind! Wenn man dann ein Hemd von Lacoste tragen würde und jemanden an seine Brust drücken möchte, hätte diese Person Angst, gebissen zu werden! René, glaub mir, niemand würde jemals ein Krokodil als Markenlogo verwenden, niemand!» – «Dass es niemand tun würde, ist ein guter Grund, es zu tun, mon cher.»

René Lacoste atmet ruhig und lächelt. Seine innere Überzeugung schlägt alle Bedenken. 6:0, 6:0, 6:0.



René Lacoste: 6:0, 6:0, 6:0 für seine Idee.



VERANSTALTUNGSTECHNIK

LICHT

AUDIO

MULTIMEDIA

PROJEKTION

Alles nur kein Affentheater.

Ich wollt, ich wär...

Man glaubt es kaum, auch die Kreativen der Schweiz träumen manchmal davon, anders zu sein, Fähigkeiten zu besitzen, die einzigartig machen. Und so müssen verschiedenste Tiere für deren Fantasien herhalten. Eine kleine Übersicht.



SEBASTIAN MAGNANI / TOBI FUETER

Die Freiheit, überall sein zu können: Ein **Adler** hat sie, weiss Sebastian. Und er hat die Möglichkeit, an die abgelegensten Flecken der Erde zu fliegen, ist selbstversorgend und verliert nie die Ruhe und den Überblick, ergänzt Tobi.

NICO AMMANN

Er knabbert, schwimmt, baut, jagt, frisst, schläft. Und dann beginnts wieder von vorne. Zusammengefasst: Der **Biber** hat immer etwas zu tun, ihm wird nie langweilig. Fantastisch!



PETER HEBEISEN

In vielen indianischen Kulturen gilt der **Bär** als Beschützer, König der Tiere und wird als weiser Lehrer und Schutzpatron verehrt. Wenn der Bär in ihr Leben schreitet, fordert er dazu auf, aus dem Winterschlaf zu erwachen. Er gibt Ruhe, um in brenzligen Situationen einen kühlen Kopf zu bewahren, aber auch Mut, Neues zu schaffen und sich mit aller Kraft zu verteidigen.



FRANK BODIN

Der **Schuhschnabel** wurde einst den Schreitvögeln zugeordnet, heute wie Pelikane, Reiher oder Ibisse den Pelecaniformes. Das alleine zeigt doch schon ganz klar auf. Er ist nicht zu fassen und weiss mehr, als er sagt.



MARTIN FUETER

Ich wollt, ich wär ein **Huhn**, ich hätt nicht viel zu tun, und ich würde trotzdem täglich etwas Sinnvolles produzieren.



ANDREAS HORNING

Das muss ein Abenteuer sein! Als **Pottwal** könnte ich bis 1000 Meter tief tauchen und dort unten Riesenkalmare jagen.

MICHAEL ROTTMANN

Eleganten Schrittes, in stylischen Pelz gekleidet, erhaben durch den Dschungel streifen. Kaum ein Feind und viel Zeit für die ungezwungene Nachwuchsbeschaffung. Rooaar. Ein **Tiger** müsste man sein.



Bilder: © Martin Prochazkacz/shutterstock.com; © PHOTOOBJECT/shutterstock.com; © Jdross75/shutterstock.com; © dangdumrong/shutterstock.com; © Jody Ann/shutterstock.com; © Volodymyr Burdiak/shutterstock.com; © Anderson Shelton/shutterstock.com



Halten Sie
weiterhin Abstand
zu Ihren KollegInnen.
**Ganz, ganz viel
Abstand.**

Fliegen Sie mit SWISS wieder zu
zahlreichen Reisezielen in ganz Europa.



DANIEL MÜLLER

Wenn ein Tier, dann bestimmt ein Vogel, zum Beispiel ein **Star**. Erstens, weil ich damit grosse Freiheiten und neue Perspektiven hätte. Zweitens, weil ich gerne, nein, einfach so.

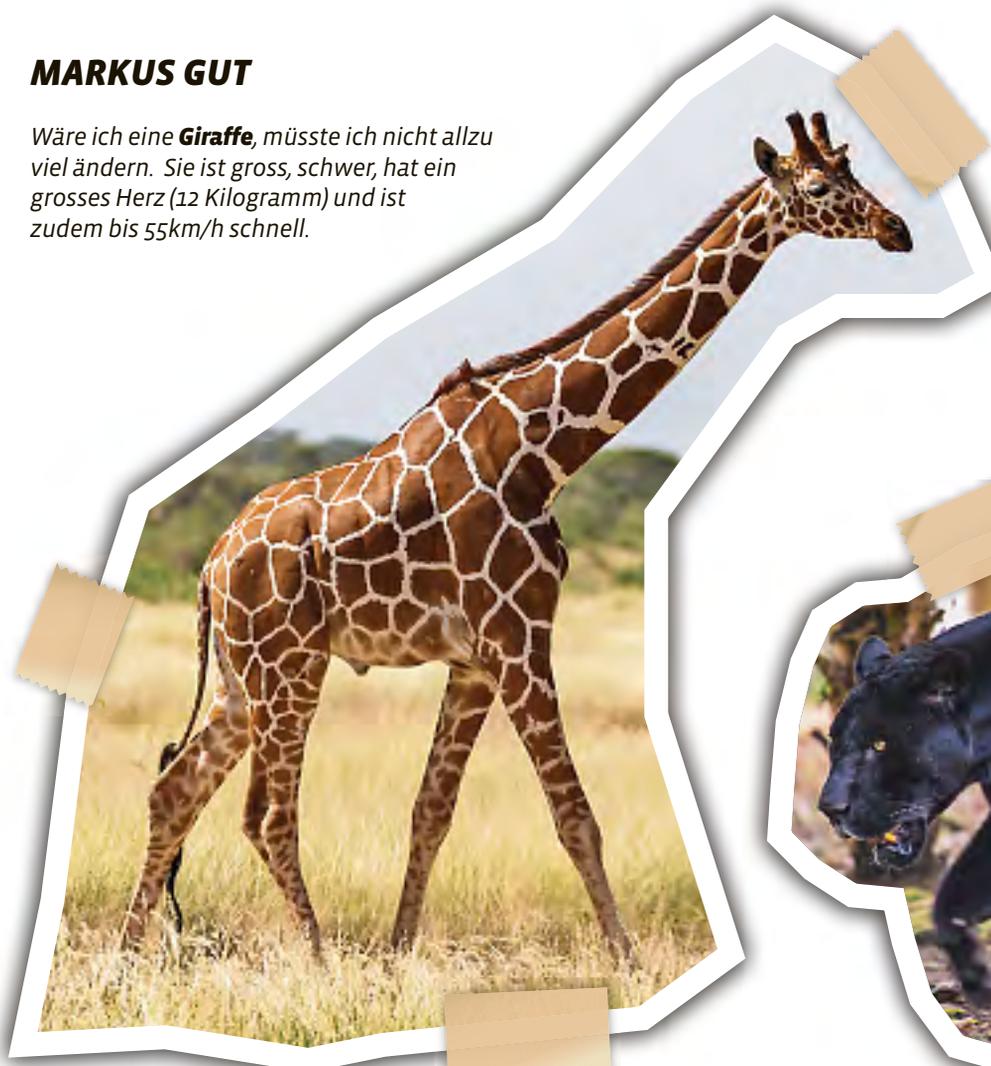


BRUNO MANSER

Ganz klar: Ich wollt ich wär ein **Eseli**. Und zwar nicht irgendeins, nein, das Eseli vom Samichlaus. Das lebt das optimale Verhältnis von Arbeitszeit und Ferien.

MARKUS GUT

Wäre ich eine **Giraffe**, müsste ich nicht allzu viel ändern. Sie ist gross, schwer, hat ein grosses Herz (12 Kilogramm) und ist zudem bis 55km/h schnell.



SOJA BRAND

Der **Panther** gehörte in der ägyptischen Mythologie zu den göttlichen Tieren, er ist schlau und schnell. Der König setzt sein Wirken deshalb dem eines Panthers gleich.



Bilder: © Eugen Haag/shutterstock.com; © Ronald Wittek/shutterstock.com; © COLOMBO NICOLA/shutterstock.com; © Anton Ivanov/shutterstock.com

«Ich musste mal 1 Jahr lang darauf verzichten. Es war die schlimmste Zeit meines Lebens.» ★★★★★

User **wildi_73** zu Art. 12882398, ADC-Würfel



digitec.ch

1 von 169 ehrlichen Meinungen

Von Bienen lernen

Seit fünf Jahren hält die Swisscom auf ihrem Hauptsitz in Bern Bienen. Die perfekt organisierten Völker sind ein Beispiel dafür, wie wir unser Leben umweltfreundlicher gestalten können. BARBARA LIENHARD

Giorgio Macaluso löst den hölzernen Deckel des Bienenstocks, ganz vorsichtig, um die Tiere beim Öffnen nicht zu erschrecken, «verchlüpfe» wie er das in seinem breiten Berner Dialekt nennt. Macaluso ist der Chef-Imker der Swisscom und der «Vater» der bis zu 150 000 Bienen, die auf dem Hauptsitz in drei Bienenstöcken leben. Hauptberuflich ist Macaluso Informatiker, doch ins Schwärmen kommt er, wenn er über seine Tiere spricht.

«Ein Bienenvolk ist perfekt organisiert. Jede Biene weiss genau, was sie zu tun hat. Falls nötig, übernimmt sie die Arbeit einer anderen. Sie sind basisdemokratisch organisiert, niemand führt sie, auch nicht die Königin. Bienen sind als Volk intelligent.»

Zu den Bienen kam Macaluso vor 15 Jahren, als er einen Ausgleich zu seinem Schreibtischjob suchte und in der Zeitung das Inserat eines Imkerkurses las. «Seit ich mich mit diesen Tieren beschäftige, fühle ich mich viel mehr geerdet und habe wieder eine stärkere Verbindung zur Natur. Auch losgelöst von den Bienen.» Um diese Erfahrung auch anderen zu ermöglichen, hatte



In seinem über mehrere Jahre entwickelten Projekt widmet sich der Fotograf Matthew Maran Stadtfüchsen in der Nähe seines Hauses im Norden von London. Nach unzähligen Stunden und vielen gescheiterten Versuchen gelingt ihm das Bild mit dem städtischen Rotfuchs und dem Rotfuchs-Wandbild. Das Foto gewinnt 2018 den LUMIX People's Choice Award.

Foto: Nature Picture Library/Matthew Maran. Mehr auf www.keystone-sda.ch

FOX MEETS FOX.

KEYSTONE SDA

er vor fünf Jahren die Idee, drei seiner Bienenkästen auf dem Gelände seines Arbeitgebers aufzustellen. Das Vorhaben wurde unterstützt, mittlerweile sind bei der Swisscom insgesamt zehn Bienenvölker angesiedelt, die verschiedene Imker im ganzen Land pflegen und damit einen wertvollen Beitrag zur Biodiversität leisten.

In Worblaufen BE gehören die vielen Bienen längst zum festen Inventar des Hauptsitzes. «Das Interesse der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den Tieren ist sehr gross», sagt Giorgio Macaluso und fügt lachend hinzu: «Wenn ich an den Bienenkästen arbeite, muss ich aufpassen, nicht die ganze Aufmerksamkeit des nebenan liegenden Auditoriums auf mich zu ziehen.»

Produzieren die Bienen genug Honig, können die Swisscom-Angestellten «ihren» Honig jeweils kaufen. Faktisch gehören die Bienen zwar dem Imker, doch gefühlsmässig gehören sie in Worblaufen allen ein bisschen.

Mensch und Biene verbindet eine lange Geschichte, im Grunde seit Anbeginn der

Zeit. Bereits unsere Ur-ahnen liebten Honig, zerstörten aber die Bienenstöcke, um an die süsse Delikatesse zu gelangen. Das hat sich geändert.

Und von den hochintelligenten Tieren können wir auch für die Zukunft sehr viel lernen. «Bienen brauchen ihren knappen Platz mehrfach, sie sind extrem anpassungsfähig und sie machen keinen Abfall», erklärt Macaluso. So dienen sie uns als Inspirations-

Giorgio Macaluso, der Chef-Imker der Swisscom: «Von Bienen können wir für die Zukunft sehr viel lernen.»



quelle, wie wir künftig unsere Städte planen können. Um zu sehen, wie ein nachhaltiges, vernetztes und intelligentes Zusammenleben auf engem Raum perfekt funktioniert, muss Giorgio Macaluso nur den Deckel seines Bienenstockes öffnen.



Bis zu 150000 Bienen sind auf dem Swisscom-Hauptsitz zu Hause.

Du darfst nur noch Kampagnen mit Stockfotos machen?



Zeit für dein eigenes Ding: **UBS Start Business**.
Das Alles-drin-Paket für Freelancer und Selbstständige.



Kreativnaturen unter Strom

Was für Gioia Bozzato und Hanna Jackl, unsere beiden ortskundigen Reiseführerinnen, die Tür zur ADC Geschäftsstelle ist, öffnet für unsere junge rund 90-köpfige Reisegruppe das Tor zu kreativem Neuland. VON PHILIPP SKRABAL

Der helle Streifen am Horizont verspricht Ruhm und Ehre. Verzogen haben sich die düsteren Wolken des Grolls auf Vorgesetzte, die gerne die elektrisierenden Briefings für sich behalten. Zurück bleibt die Vorfreude auf unsere einmonatige Reise an deren Ende die Strapazen mit dem ADC Young Creatives Award belohnt werden.

Nach einer kurzen Begrüssung übernimmt Dierk Scherer vom TCS und brieft die diesjährige Aufgabe. Es geht um Elektromobilität und die Hilfeleistungen des TCS, anschliessend impft Urs Krucker noch das Regelwerk ein. Es folgt ein kurzer Apéro. Danach ist für einen Monat kreative Paarungszeit und die Nachwuchstalente stürzen sich zu zweit in den Kategorien Outdoor, Film, Cyber und Direct Marketing auf die Suche nach Terra Incognita.

Survival of the fittest

Ein Monat später, es ist Anfang März. Die Anspannung bei uns, den Veranstaltern ist

gross. Welche Teams überwinden den inneren Schweinehund und schaffen es tatsächlich durch die karge Wildnis der Einfallslosigkeit bis auf den Gipfel der eigenen Leistungsfähigkeit? Endlich die erlösende Gewissheit: Rund 30 Teams beziehungsweise

Die kreativen Alphetiere (auch Jury genannt) Umkreisen mit wachem Blick die Einsendungen des Nachwuchses.



Outdoor; die Gewinnerarbeit «Serviceerlebnis» von Tina Bloetjes & Pia Chlumetzky, bei der die Plakatstelle nicht Strom verbraucht, sondern diesen liefert.

deren 66 Arbeiten haben den Weg zu uns gefunden. Die Jury kann tagen. Ein vielversprechender Jahrgang.

Erhalt des kreativen Lebensraums

Die Jury – eine Gruppe aus männlichen und weiblichen Alphetieren – trifft sich früh morgens und gut vorbereitet beim ADC. Schliesslich geht es bei der heutigen Tour d’Horizon darum, die Besten innerhalb des Nachwuchses zu entdecken. Zur Sicherung des Fortbestands der eignen Spezies, zum Schutz vor optischer Umweltverschmutzung und damit auch zum Erhalt des kreativen Lebensraums.

Schon nach der Sichtung der Arbeiten kommt Begeisterung auf. Das kreative Terrain wurde breit genutzt, kreative Vielfalt macht sich breit. Die Jurierung exploriert und diskutiert. Nach einem dreiviertel Tag ist man am Ziel und einig, die Gewinnerinnen und Gewinner stehen fest.

Der Weg war das Ziel

Es gibt keine Verlierer. Zumindest nicht unter den jungen Expeditionsteilnehmerinnen und -teilnehmern, die sich aufgemacht haben, ihren eignen kreativen Weg zu bahnen.

Denn sie gehören zu den ehrgeizigen Idealisten, die aus der Masse der Stubenhocker, Pauschalurlauber und Langweiler herausstechen wollen und bereit sind, sich für das Besondere zu quälen. Der Veranstalter ADC Young Creatives Adventure Tours gratuliert allen, die eingereicht haben. «Auch wenn ihr diesmal nicht die ersten auf dem Gipfel wart, ihr seid die kreative Zukunft unserer Branche.»

Long Distance Domi

Was der eine oder die andere vielleicht noch nicht über mich wusste: Alle paar Jahre habe ich die Nase voll von Werbung, werfe alles hin und gehe für ein paar Monate auf eine lange Wanderung. VON DOMINIQUE MAGNUSSON

Long Distance Hiking nennt sich der Spass. Und es ist wirklich sehr, sehr long. Und es macht wirklich sehr viel Spass. Und das rede ich mir nicht nur ein. Man vergisst es zwar manchmal, nachdem man 50 km in 12 Stunden gewandert ist, aber

am Ende fällt es einem dann doch immer wieder ein.

Was ich auf meinen Wanderungen so gelernt habe, ist, dass im Leben eigentlich nur eine Sache zählt: Gewichtsverlust. Wenn man täglich über mehrere Stunden läuft, wird ir-

gendwann jedes Gramm im Rucksack infrage gestellt. Braucht man wirklich die ganze Zahnbürste oder reicht der Zahnbürstenkopf nicht völlig aus? Benötige ich einen Kamm oder würden mir auch Rastas stehen? Ab wie wenigen Unterhosen wird's eklig? Und so geht das immer weiter. Bis man irgendwann nur noch das dabei hat, was man wirklich braucht. Bei mir sind das im Moment inklusive drei Unterhosen genau 5,5 kg Gewicht. Um mein Ziel von 4 kg zu erreichen, muss also mindestens noch ein Slip dran glauben.

Aber was ich eigentlich sagen wollte: Weit wandern ist unglaublich toll. Man verbringt den ganzen Tag draussen, läuft durchschnittlich 40 km am Tag, man kann so viel essen,

Neuseeland zu Fuss: The Walking Dom legte in 4 Monaten 3030 km zurück.



wie man will, man lernt tolle Leute kennen, rennt vor wilden Tieren davon, wird dadurch immer fitter und nachts liegt man eingemummelt im Schlafsack unter dem Sternenhimmel. Das ist besser als jedes 5-Sterne-Hotel der Welt. Man hat ganz viel Zeit für sich und wahnsinnig viel Zeit, sich Gedanken über einfach alles zu machen.

Wer aber denkt, es flögen einem plötzlich die Antworten auf all die grossen Fragen des Lebens zu, liegt falsch. Ich dachte zuerst auch, ich würde auf meinen Wanderungen meine Probleme lösen und nebenbei eine Grand-Prix-Idee nach der nächsten haben. Aber die

Wahrheit ist: Man denkt nur ans Essen, an Ameisen, die schöne Aussicht, die schmerzenden Füsse und an die nächste Pause. Und das ist auch gut so.

Natürlich geht hin und wieder auch mal etwas schief auf so einem Trail. Ich bin zum Beispiel schon mit Halluzinationen fast verdurstet, als mir bei 42 Grad im Schatten und 12 km bis zur nächsten Quelle das Wasser ausging. Schön war auch, als ich mitten in der Nacht mit einer Ratte in den Haaren aufgewacht bin, die sich auf der Suche nach Keksen ein Loch durch meine Zeltwand gebissen hatte. Nicht unerwähnt lassen möchte

ich auch den Tag, an dem mir von einem Bären an einem See der ganze Foodbag geklaut wurde (er ist immer noch auf freiem Fuss). Und auch mit einer Klapperschlange habe ich schon Freundschaft geschlossen, weil ich wegen meiner Musik im Ohr ihre Rasseln nicht gehört habe. Aber letzten Endes ist ja bisher immer alles gut gegangen.

Und trotzdem: Damit ihr nicht die gleichen Fehler macht wie ich, habe ich euch meine zehn wichtigsten Wandertipps zusammengestellt, mit denen euer nächstes oder erstes grosse Abenteuer garantiert (nicht) zum Erfolgserlebnis wird.

DOMIS TIPPS FÜR DEN (NICHT)PERFEKTEN WANDERSOMMER UND -HERBST

1.

Ein Shirt reicht völlig aus. Spätestens nach zwei Tagen stinkt man sowieso bis zum Himmel und da draussen interessiert keinen. Lieber stinken und dafür Gewicht sparen. Weight is EVERYTHING.

2.

Celine-Dion-Songs eignen sich am besten, um Bären davonzujagen. Ich singe sie deswegen immer laut, wenn ich das Gefühl habe, irgendwas sei im Busch. Sollten sich die Bären dann doch als andere Wanderer*innen herausstellen, einfach schnell wegrennen. Aus Scham.

3.

Ich bin ein Trailrunner-Girl. Ob Schnee, Eis, oder Wüste, bei mir kommt nur noch leichtes Schuhwerk an die Füsse. Die Tage von schweren Boots sind vorbei. Ausnahme: Ich gehe in den Club. (Werbung) Ich habe mich für den Clouventure von ON entschieden und habe es nicht bereut. Empfehlung!

4.

Lass die Verpackung zu Hause. Ich schmeisse alle überflüssigen Verpackungen weg und fülle alles neu in Zip-Lock-Bags ab, bevor ich loslaufe. Das spart Gewicht und Platz. Pro-Tipp: Die Bags gibts «gratis» in der Bulk-Nüssliabteilung in jedem Supermarkt.

5.

Gourmet-Abendessen-Tipp: Ein Pack Mac'n'Cheese aufkochen, mit extra Käse verfeinern, ein Pack Ramen-Nudeln dazugeben und dann die gestohlenen Chili-Flakes vom Pizzaiolo darüberstreuen. Voilà! Zum Nachtisch: 1 × Cracker, 1 × Nutella.





79.–
für drei
Jahre*

DQ Pickup & Repair

Ein Plus an Service für Geschäftskunden.

Das iPhone lässt sich nicht mehr einschalten, die Tastatur des MacBook reagiert nicht mehr?

Es ist 17.00 Uhr, Sie müssen noch dringend weitere Dinge erledigen und haben schlicht keine Zeit, um Ihr Gerät in einer Filiale abzugeben? Wie erhalten Sie schnelle Hilfe? Diese Sorgen gehören der Vergangenheit an.

Der neue Service von DQ Solutions umfasst die Schadensmeldung, die Abholung bei Ihnen, eine bevorzugte Behandlung in unserer Serviceabteilung sowie die Rückführung zu Ihnen. Nur die effektiven Reparaturkosten müssen von Ihnen bezahlt werden.

Sie möchten das ganze Sorglos-Paket?

Rufen Sie uns an:
Telefon +41 58 225 52 52

	DQ Pickup & Repair
Telefonische Anmeldung des Schadenfalls oder Defekts.	✓
Vor Ort Abholung durch Logistik-Dienstleister am nächsten Arbeitstag.	✓
Gerät selber in Filiale bringen/abholen.	
Gerät wird vor Ort abgeholt und an Sie retourniert. (Transport-Box für einen sicheren Transport)	✓
Express-Service (Der Reparaturauftrag wird bevorzugt behandelt. Die Analyse und Anordnung bzw. Bestellung von Ersatzteilen für die Reparatur erfolgt innerhalb eines Arbeitstages.)	✓
Kostenlose Reparatur innerhalb der Garantiezeit für Hardwarefehler (Material und Produktionsfehler), die nicht durch Selbstverschulden oder Unfall etc. verursacht wurden.	✓
Kostenpflichtige Reparatur für Geräte ausserhalb der Garantie, oder bei Selbstverschulden. (nach Aufwand / Stunden)	✓
Datensicherung	Optional (kostenpflichtig)
Gültige Hardware	Alle Apple Geräte
Laufzeit	3 Jahre, optional weitere 12 Monate
Mindestanzahl Geräte	5

*Ab 5 Devices CHF 79.– für 3 Jahre, bei 11 Devices und mehr erhalten Sie einen Staffelpreis.



dq-solutions.ch

Retail. Business. Education.
Wenn mit Apple, dann mit uns.

6.

**Wein immer in PET-Flaschen umfüllen.
Nur Trottel tragen Glas auf den Berg.**

8.

Handseife ist auch Shampoo. Wenn man nur 1x pro Woche duschen kann lohnt es sich auch nicht das ganze Zeug mitzuschleppen.

7.

Sprinkler sind auch Duschen.

10.

Ein sehr guter Schuh ist übrigens der Cloudventure von ON. Oder habe ich das schon erwähnt?

9.

Zahnseide is King. Nicht für die Hygiene, die ist ja sowieso inexistent, aber um kaputte Dinge zu nähen. Zahnseide hält besser, als jeder normale Faden und riecht obendrauf noch fein nach Minze.



*Mein Inspirational Quote (siehe Bild)!
2016 lief ich auf dem Pacific Crest Trail 4200 Km in 5 Monaten durch die USA. 2019 dann 3030 km in 4 Monaten durch Neuseeland und im Juli lief ich einmal quer durch die Schweiz auf der Via Alpina.*



**Für mehr Geschichten jetzt hier klicken:
the-walking-dom.com**

PHOTOBOOTHPRO STUDIO



GRÖSSER ALS GEDACHT

KONTAKT

Michi Spring // Beratung & Verkauf
+41 79 922 20 02

WEB

www.photobooth-pro.studio
info@photobooth-pro.ch



360°
VIEW



IN
ACTION

PARTNER OF



GEWINNEN SIE EINE KREATIVE AUSZEIT!

Haben Sie das Lösungswort gefunden, schreiben Sie uns das Lösungswort, Ihren Namen und Ihre Telefonnummer auf eine Postkarte und schicken Sie sie an: **ADC Switzerland, Rätsel Tierwelt, Zentralstrasse 18, 8003 Zürich.** Teilnahmechluss ist Freitag nach dem Erscheinungsdatum der ADC Tierwelt. Das Mitmachen lohnt sich. Gewinnen Sie eine Auszeit in der kreativen Zentrale der Schweiz, der ADC Galerie

an der Zentralstrasse. Dort warten einige zusätzliche Überraschungen auf Sie. Wir verlosen zweimal zwei Tickets, denn diese Erfahrung alleine zu erleben, macht nun wirklich nur halb so viel Freude. Gewinnerinnen und Gewinner werden nach der Auslosung von einem ADC Vorstandsmitglied direkt kontaktiert. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Der Preis ist nicht übertragbar.



WEM GEHÖREN DIESE REHAUGEN?

Auflösung auf Seite 69

Lösung

1	2	3	4	5	6	7							
8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21

Senkrecht

- 1 Lauter junge Kreative wollen hier etwas werden
- 2 Delikatesse von einem Tier
- 3 Bewacht und hält zusammen
- 4 Weisses Glücksdrache aus einer nie endenden Geschichte
- 5 Berühmtes Pferd (†)
- 6 Kleines tropisches Raubtier
- 7 Das hat uns die Urschlange gestohlen
- 8 Das grösste lebende Tier
- 9 Das Objekt der Begierde
- 10 Bei den Säuen haben sie nichts verloren
- 11 Ein treuer Begleiter von Pippi
- 12 Hier feiern The New Twenties hoffentlich bald wieder

Waagrecht

- 13 Berühmtes Ballett
- 14 Nicht 1001 sondern nur 101...
- 15 Diese Bahnen sind am besten aus Stahl gebaut
- 16 Bescheidenheit ist der ... der Wahrheit
- 17 Ein Präsident
- 18 Die Freude im ADC
- 19 Verliebt hat man sie im Bauch
- 20 Der Freund von Hundert-händchen
- 21 Darin sitzt man manchmal fest
- 22 Ihr Name bedeutet die Anmutige und sie arbeitet mit Freude
- 23 Unterhosen-Hund
- 24 Bud Spencer, sie nannten ihn auch...

Genau wie beim ADC: Auf Anspannung folgt Kater.

Egal, ob Marmor in die Höhe halten oder Haltung in der Niederlage zeigen: Unser Rückenprogramm hilft. Der erste Muskelkater ist übrigens gratis: Vereinbaren Sie ein Einführungstraining.

6x in Zürich, 23x in der Schweiz:
kieser-training.ch

KIESER
TRAINING

JA ZU EINEM STARKEN KÖRPER

«Ich stand kurz vor einer Profi-Voltigier-Laufbahn»

Stehend auf einem Pferde, mit körperbetontem, farblich auf den Voltigiergurt abgestimmten Outfit: Welcher Kreative bewegte sich einst in einer von Mädchen dominierten Sportwelt? VON DER GESUCHTE

Voltigieren ist eine Kunstform. Es werden turnerische und akrobatische Übungen auf einem sich an einer Longe im Kreis bewegendem Pferd ausgeführt. Auch Wissen und Können im Umgang mit dem Pferd ist von besonderer Wichtigkeit. Oftmals zählt das Voltigieren als Einstieg in den Pferdesport. Auch im Schulsport sowie dem heilpädagogischen Bereich ist Voltigieren gut vertreten. Ebenfalls sagt man, dass man den verantwortungsvollen Umgang lernt, denn schliesslich muss man für sein Pferd sorgen, es pflegen und hegen. Reiten geht bekanntlich nur über eine gute Bindung zum Tier. Einer, also ein Er, unserer Schweizer Kreativ-Szene, stieg in jungen Jahren in diese von Jungs eher selten betriebene Sportart ein. Euer Job: Erratet wer! Hier geben wir ein paar Tipps, welcher Kreative das sein könnte.

Im Alter von 8 Jahren wurde er von seinen Eltern zum Reitsport «ermuntert». Fussball war viel zu gefährlich, aber einen Handstand auf einem galoppierenden Pferd machen, das ist doch easy. So begab sich der schwächliche Junge in die Reithalle, trainierte als einziger Junge unter vielen Mädels die artistischen Übungen auf den Pferden, die an einer Longe im Kreis durch die Halle trabten oder galoppierten.

Wieso kam er überhaupt zu diesem Sport? Er war damals schon ein begeisterter Turner. Die ersten Awards überhaupt in seinem Leben erhielt er im Bodenturnen und am Reck. Die Grundvoraussetzungen waren also schon mal da. Seine Schwester trat dem Verein bei und nahm ihn einfach mit (unter bereits er-

wählter elterlicher «Empfehlung», Zwinkersmiley).

Voltigieren entpuppte sich für ihn schnell als echte Herausforderung – hoher Spassfaktor inklusive. Wer konnte schon auf dem Pausenhof damit angeben, dass er auf galoppierende Pferde springen konnte? Andere spielten nur Cowboy, er war schon einer. Voltigieren war also ein absoluter Ego-Boost, zumindest ein paar Monate lang.

Die Übungen wurden immer anspruchsvoller, die Pferde immer höher und schneller, die Risiken variierten je Pferderasse. Abrutschen von einem trägen, schwitzenden Hafflinger ist easy, ab einem Hannoveraner Rappe tut es dann so langsam weh. Die sind nämlich schon gut und gerne 180 cm hoch. Also Abflughöhe je nach Übung gut über zwei Meter.

Was den kleinen Buben damals richtig genervt hat, war die Musik in der Reithalle. Die, die immer auf der Tribüne und in der Vorhalle lief: klassisches Gedudel. Dabei stand er doch damals schon auf Metallica. Die «... and justice for all» kam gerade raus. Wieso konnte das nicht laufen? Wenn Pferde schon gut auf Musik reagieren, wieso dann nicht auch auf guten Thrash Metal?

Kurz bevor der Junge sich durchsetzen konnte und nur noch Slayer und Metallica auf der Tribüne liefen, gab es dann einen klitzekleinen Unfall, der einen nachhaltigen Dachschaden verursacht hat. Der kleine Junge machte einen Handstand im Galopp auf einem Pferd, das schon zu sehr verschwitzt war. Deshalb rutschte er mitten im Galopp im Handstand ab und stürzte kerzengerade



Während andere Jungs nur Cowboy spielten, stand er bereits auf Pferderücken.

auf den Boden. Die Luft blieb dann erst mal weg, der Schädel brummte sofort und in dem Moment war für den Jungen klar: «Wenn ich mir schon den Kopf wegballere, dann bei Metal-Festivals und nicht mehr beim Handstandturnen auf zukünftiger Salami.» Und damit war die voraussichtliche Profi-Voltigier-Karriere beendet. Aber irgendwie kommt er nicht von den Pferden weg. Auch heute hat er noch, zumindest in Logo-Form, ganz viel mit Pferdchen zu tun.

Book your Hundred-Trick-Pony.
BookYourCreative.ch



BOOK YOUR CREATIVE **BYC**

VERSÜSSEN
STORIES
DEINE
WERBEANZEIGEN?

JA, UND WIE!

NEIN

Stories
MACHEN'S MÖGLICH

Das Tier an mir

Sie schleichen über die Laufstege, liegen in den Regalen der Modehäuser auf der Lauer und pirschen sich an unsere Garderobe heran: Animal-Prints sind der Fashiontrend der Stunde. Überraschend ist das nicht. BARBARA LIENHARD (TEXT) UND MAURUS ZEHNDER (ILLUSTRATION)

Zebras, Tiger, Leoparden, Schlangen – im Zeitalter von Klimaerwärmung und Flugscham tut es gut, sich wenigstens um die Biodiversität in der Mode keine Sorgen machen zu müssen. Tierische Muster sind aktuell überall zu sehen, vom Cocktailldress mit Zebrastrifen von Isabelle Marant bis zum Smartphone Cover im Leo-Print von Balenciaga. Ein Zufall ist dieses Dschungelfieber nicht. Vor der Corona-Epidemie, als die Designer die Kollektionen entwarfen, gab es kein Thema, das die westliche Welt mehr beschäftigte. Der Planet glüht, wir machen uns Sorgen wegen des Artensterbens und hüllen uns in tierische Muster.

Neu sind Animal-Prints nicht. Schon Tutanchamun trug ein Leopardenfell schick als Weste um seinen Pharaonenkörper geschlungen. Luxuriöse Tierfelle symbolisierten Kraft, Macht und Einfluss, eine Ausstrahlung, die sie in den darauffolgenden Jahrtausenden nicht verloren. Erst Mitte des letzten Jahrhunderts verliessen sie die Politik und liessen

sich von einem jungen Designer aus Frankreich an die modische Leine nehmen. Christian Dior entwarf für seine Debüt Kollektion zwei Kleider mit Leopardenmuster. Die Muster waren nur aufgedruckt, er hatte den Print zum ersten Mal vom Fell getrennt.

Leider blieb die Mode nicht so tierfreundlich. 1962 trug Jacky Kennedy einen Mantel aus Leopardenfell und löste damit einen Hype aus, der geschätzte 250 000 Leoparden das Leben kosten sollte. Oleg Cassini, der den Mantel designt hatte, wurde für seinen Beitrag zur Dezimierung der Tiere bis zum Rest seines Lebens von Schuldgefühlen gequält.

In den psychedelischen 70ern wurden Animal-Prints genderfluid, ab sofort trugen auch Männer tierische Outfits: Steven Tyler von Aerosmith in der Ganzkörperversion, Mick Jagger dezenter als Hut.

Im nächsten Jahrzehnt stand der Löwe mit seiner Mähne als Frisurenmodell Pate und das Zebra lieh seine Streifen der deutschen Überfliegerin Nena, die sich in ihrer schwarz-weiss

gestreiften Hose ins kollektive Gedächtnis der 80er-Jahre brannte.

In den 90ern trug nur noch Curt Cobain einen Leoparden-Mantel aus Fake-Fur, der als Mittelfinger an das Establishment zu verstehen war. Abgesehen von der Grunge-Bewegung gab sich das Jahrzehnt puristisch. Die Jahre der modischen Exzesse waren vorbei, die neue Sachlichkeit hatte kein Herz für Tiere. Die Animal-Prints verabschiedeten sich ins Rotlichtmilieu, wo sie einen zwielichtigen Ruf auflösen, von dem sie sich sehr lange nicht mehr erholen konnten. Noch heute haben viele Männer ein etwas verkrampftes Verhältnis zu den tierischen Streifen, Punkten und Rosetten, wie der Leo-Print zoologisch korrekt beschrieben wird.

Egal, wie sich die Animal-Prints in der Vergangenheit verändert haben, Mode ist immer eine Möglichkeit, sich für eine zweite Haut zu entscheiden. In welche wir geboren werden, können wir nicht wählen, aber wir können die Haut wählen, die wir zeigen.

Tierische Muster symbolisierten stets Kraft, Macht und Einfluss.





Chuck bringt seinem Assistenten Lukas einen neuen Trick bei: Beine übereinanderschlagen und gleichzeitig Finger heben.



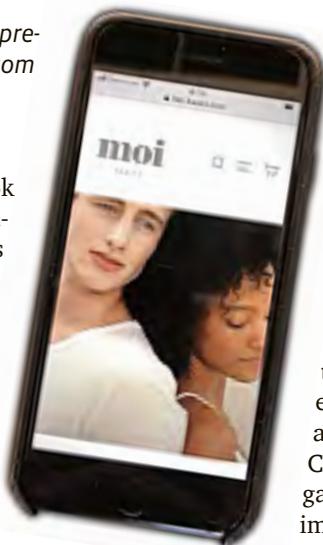
Doggy Style: Chuck lanciert moi-basics.com

«Ein bisschen kraul kraul, und zack sind wir alle in der Unterwäsche.» Da war sie, die Idee! Chuck erzählt von seinem neusten Wurf und schwärmt von seinem Assistenten Lukas, der täglich etwas Neues lernt. **TOM SEINIGE**

Der neuste Wurf des Entrepreneurs Chuck: moi-basics.com

Der Salt&Pepper-Look steht dem Unternehmer mehr als bloss gut, er macht ihn unwiderstehlich, ja fast magnetisch. Kein Wunder, überlässt er dafür auch nichts dem Zufall. Jedes einzelne Haar und Härchen, vom Kopf über den Rücken bis zu Bauch und Beinen, ist sorgfältig platziert und so arrangiert, dass in der Gesamterscheinung dieser zufällig erscheinende Mix aus understatem Stil, unaufdringlicher Eleganz und ausgeprägtem Selbstbewusstsein entsteht, der zum Markenzeichen des Neo-Entrepreneurs Chuck geworden ist.

Der Look gepaart mit dem bestimmten, aber liebenswerten Charakter ist es denn



auch, der den unkontrollierbaren Kraul-Impuls auslöst, den man überall beobachten kann, wo Chuck auftaucht. Sei es in einer Werbeagentur bei einem Freelance-Einsatz, an einer Vernissage oder in einer obskuren Bar: Kaum ist er da, wird gejojöhht und gekrault. Aber es sind bei Weitem nicht diese flüchtigen Aufmerksamkeiten, die ihn antreiben, auch wenn er sie zu gewissen Zeiten durchaus zu schätzen weiss. Nein, Chucks wirklicher Purpose ist ein ganz anderer, wie er der «Tierwelt» im Gespräch anvertraut.

«Nachdem meine Idee eines Hundebordells an der kynologischen Borniertheit und dem rückständigen Hundeverständnis aufgelaufen ist, suchte ich einen neuen Business-Angle. Den fand ich dank der Kraulerei.» Chuck lehnt sich dabei provokativ der Tischnachbarin entgegen, die ihn prompt krault, und fährt dann fort: «Siehst du, das

ist genau das Muster: Ich bin irgendwo – Blickkontakt – kraul, kraul – und zack sind wir zurück in meiner Wohnung und alle in der Unterwäsche. Das ist doch die Idee, erkannte ich schliesslich.»

Dann, beim Spaziergang, erzählt Chuck mehr, während Lukas, sein treuer Leinenträger, Wasserbringer und Chauffeur mal hinterher, mal vorneweg läuft: «Mag sein, dass es bereits genug Unterwäschemarken gibt, aber weisst du, diese verfluchten Fuck-Logos auf dem Scheiss-Hüftband oder dieser ausgeleierte Schlabber-Shit-Stoff ums Gemächt ging mir so auf den Sack, dass ich ein neues Label konzipiert habe.»

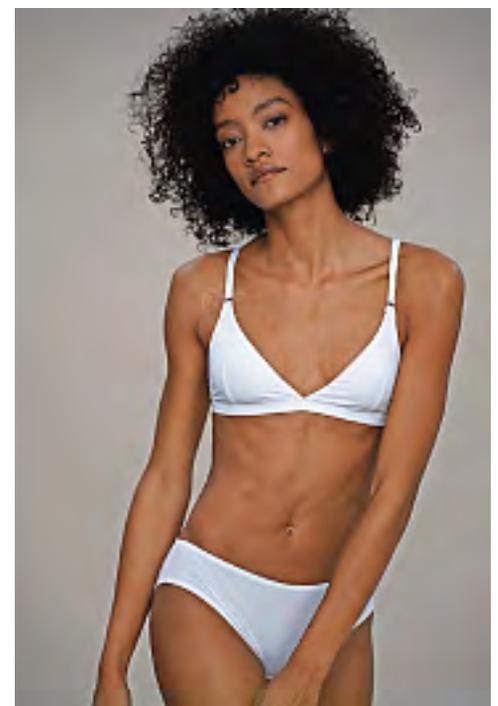
«Aber ehrlich, ohne ihn hätt ichs kaum geschafft», verrät Chuck mit sichtlichem Stolz auf seinen menschlichen Begleiter. «Klar, er tut manchmal etwas sperrig, aber er hat Pep und lernt jeden Tag neue Tricks, schau mal.» Chuck schnuppert kurz am Grasrand, geht leicht in die Hocke, macht einen krummen Rücken und deutet augenzwinkernd auf Lukas, der wie auf Kommando und ohne Bittibätti ein rotes Säckchen aus der Jackentasche zieht und über die Hand stülpt. Wow!

«Sorry, wir wurden unterbrochen», meint Chuck und nimmt den Unterwäsche-Faden wieder auf, «eben, kein Schischi, sondern qualitativ hochwertig, schlicht, perfekt sitzend, nachhaltig in Stoff und Produktion. Voilà.»

Wer Chuck so erlebt hat, kann gar nicht anders, als tief beeindruckt sein. Er ist wirklich ein very special dog. So special, dass sogar sein seltenes Bellen nicht in diesem konventionell aufdringlichen «wuff, wuff, wuff!» erschallt, sondern viel angenehmer, passgenauer, fast erhaben harmonisch tönt.

Etwa so wie: «Moi, moi, moi!»

Freunde von Chuck: Erst kraulen, dann an die Unterwäsche.



**Auch ein
beliebter Würfel.**



Ein Traum mit Sibylle Berg

*Gestern, ziemlich Mitternacht
bin ich aus meinem Traum erwacht
Ein Kratzen hatte mich geweckt
war auch nicht richtig zugedeckt
Zu meinen Füßen sass ein Gnu
und schaute mir beim Aufwach zu
Es spuckte mich dann grausam an
der Speichel mir ins Auge rann
Es stockte mir vor Angst der Atem
ich witterte den fetten Braten
Du bist kein Gnu schalt ich das Tier
erkenne klar ein Lama hier*

*Das Gnu es lachte fürchterlich
und sagte: Tja siehste mal,
so täuscht man sich*



EINWEG?
MEIN WEG.
DEIN WEG?



sodastream®

Besser für dich, besser für die Umwelt.



Flippi in farbenfrohen Illustrationen.

Mariettas Schildkröte

ADC Mitglied und Texterin Marietta Mügge hat ein Kinderbuch geschrieben, in dem eine Schildkröte um die Welt reist – und ist dafür aktuell auf Verlagsuche. Ein Teil des Verkaufspreises ihres Kinderbuch-Erstlings soll in den Schutz der Natur fliessen.

Die Geschichte von Schildkröte Flippi hilft bei Reisefieber. Sie nimmt die Leser mit in neun Länder rund um den Globus. Aber wie bloss wird die Landschildkröte zur Entdeckerin? Als sie ihre Artgenossen im Meer beobachtet, kommt ihr eine Idee, mit der sie schneller in ein tierisches Abenteuer eintaucht als gedacht. Schon bald macht sie

Bekanntheit mit einem Wal, einem Känguru und sogar einem schwimmenden Schwein.

Die Autorin Marietta Mügge hat das Buch über Reisefieber und Heimweh sowie das grosse Glück, neue Entdeckungen mit seinen Liebsten zu teilen, für Kinder ab 4 Jahren und ihre Eltern geschrieben. Es soll dazu anregen, wie Schildkröte Flippi voller Neugierde über den Horizont zu blicken – eine der grössten Fähigkeiten, um zu lernen, zu wachsen und Andersartigkeit mit offenen Armen zu begeben. Die fantasievolle Bebilderung ist in Zusammenarbeit mit der mexikanischen Illustratorin Ina Gold entstanden.

Das farbenfrohe Buch ist auch eine Liebeserklärung an die Diversität der Erde und inspiriert von einer wahren Begebenheit: Flippis Story entstand, als Marietta Mügge auf der Spitze einer Karibikinsel einer einsamen Landschildkröte begegnete und unter ihnen eine Bucht voller Meeresschildkröten lag. «Mein Wunsch ist, dass ein Teil des Verkaufspreises an eine Organisation geht, die sich für den Schutz der Natur einsetzt», erhofft sich Marietta für ihren Kinderbuch-Erstling.

Interessierte Verleger oder Sponsoren, die das Projekt unterstützen möchten, können sich bei der Redaktion oder direkt bei der Autorin melden: marietta.muegge@gmail.com

Spiel-, Dokumentar- und Werbefilm: Die Filmtipps von ADC Mitglied Stefan Bircher

GROUNDHOG DAY

Wie kann man diesen Film, zu Deutsch «Und täglich grüsst das Murmeltier», nicht lieben? Für mich persönlich ein absolutes Muss für jeden Filmfan. Erstens, weil diese Mechanik (inzwischen schon tausendmal kopiert) nie besser umgesetzt wurde. Zweitens, weil Bill Murray und Andie MacDowell zusammen niemals enttäuschen. Drittens, weil der Gedanke, einen Tag ohne Konsequenzen leben zu dürfen, weil man immer und immer wieder eine Chance bekommt, es besser zu machen, niemanden kalt lässt. Nach diesem Film stellt man sich unweigerlich die Frage: Wie würde ich mit der Situation umgehen, den gleichen Tag immer und immer wieder zu erleben? Was würde ich tun?



MORE THAN HONEY

Wenn du diesen Dokumentarfilm noch nie gesehen hast, dann wirds jetzt allerhöchste Zeit. Die Welt der Bienen wurde noch nie besser dokumentiert, fünf Jahre lang dauerten die Arbeiten daran. Markus Imhoof nimmt uns auf eine interessante, wunderbar gefilmte, aber eben auch nachdenklich stimmende Reise mit. Das Thema Bienensterben ist nach wie vor brandaktuell, wird aber leider zu oft vergessen. Ein Drittel von allem, was wir essen, gäbe es ohne Bienen nicht. More than Honey aus dem Jahre 2012 ist der erfolgreichste Schweizer Dokumentarfilm aller Zeiten. Markus Imhoof sollte jedem Schweizer Filmemacher ein Vorbild sein.

SAMSUNG OSTRICH

Natürlich, ein toller Werbefilm, in dem ein Tier die Hauptrolle spielt, muss zu meinen Tipps gehören, anders geht es in diesem speziellen Magazin nicht. Aber eigentlich ist es unmöglich nur einen einzigen Clip herauszupicken. Ich tue es trotzdem, weil in diesem Kurzfilm alles stimmt und er voller positiver Emotionen ist. Einfach im Browser «samsung ostrich do what you can't» eingeben und sich von diesem Tier verzaubern lassen. Ich habe es immer gewusst, ein Strauss kann fliegen, wenn er wirklich will. Und war jetzt zuerst die Idee oder doch der Song da? Es spielt keine Rolle, man kann ja auch «Do it» sagen ohne schwitzende Sportler zu zeigen. Wirklich grosses Kino diese Werbung.



Mit dem Lift in den 13. Stock

**Pony besucht
schwerkranke Lizzi
(20) im Spital**

Während Livestream zur «Tante Ju»

**Ameisen-Attacke auf
BLICK-Reporter**

Plage vor Institut im Inland

**Kriminelle Affen-Gang
attackiert Passanten**

So schlecht ist die Öko-Bilanz unserer Haustiere

Lumpi ist ein Sauhund

Oberwallis

**Hier spaziert der Bär
auf der Strasse**

Sorry, Labrador

**Chihuahua neu
beliebtester
Rassehund der Schweiz**

**DIE ETWAS ANDEREN
TIERGESCHICHTEN
GIBT ES IM BLICK.**

Blick ist stolzer Sponsor des ADC
und wünscht allen ein tolles Fest.

Blick

Ein tierischer Zirkus

In der Werbung geht es stets tierisch ab: Viele fleissige Bienchen arbeiten zusammen mit ein paar einsamen Wölfen an der nächsten grossen Idee. EIN EXPEDITIONS-BERICHT VON ANDY LUSTI

egal, ob schlau wie ein Fuchs, populär wie mancher Steinbock oder richtig fett, wie ... äh... ein Schwein – ist die Idee endlich mal gefunden, heisst es, diese mit allen Mitteln gegen doofe Ziegen, dumme Kühe und blinde Hühner zu verteidigen, damit sie möglichst unbeschadet das Licht der Welt erblickt.

Ist die kreative Eruption eine Eintagsfliege oder kann sie länger fliegen? Spätestens beim ADC heisst es Butter bei die Fische: Wurde auf das richtige Pferd gesetzt? Wird aus der Mücke ein Elefant? Wer hat den Stier bei den Hörnern und den Tiger beim Schwanz gepackt? Wer wird der tollste Hecht im Karpenteich? Ist die Katze nach der Jurierung endlich aus dem Sack, findet eine wundersame Metamorphose statt und manch fleissiges Bienchen betritt als stolzer Pfau die Bühne der Preisverleihung – wo es dann jedoch meist scheu wie ein Reh und stumm wie ein Fisch mit dem Würfel in der Hand auf das entgegengestreckte Mikrofon starrt.

Die Verlierer applaudieren wie ein Wald voll Affen, doch hinter vorgehaltener Hand

finden sie die Jury-Entscheidung unter aller Sau. Sie laust der Affe und sie fühlen sich wie ein Fisch auf dem Trockenen. «Da wird doch der Hund in der Pfanne verrückt und da lachen ja die Hühner», echauffieren sich manche. Warum sie selbst mit durchschnittlichen Arbeiten nur Eulen nach Athen getragen haben, weiss der Geier. Treffen sie bei der abschliessenden Gala auf einen Gewinner, verharren sie wie das Kaninchen vor der Schlange, wenn es nicht anders geht, gratulieren sie lächelnd mit einem Frosch im Hals.

Doch die Katze lässt das Mäusen nicht. Eher geht das Kamel durch ein Nadelöhr, als dass ein Kreativer aufgibt und seinen Kopf wie ein Strauss in den Sand steckt. Lieber rennt er zum nächsten Award. Denn wer weiss, vielleicht «cannes» die Arbeit ja noch einen Löwen brüllen lassen. Und falls nicht, bringt der Storch fürs nächste Jahr sicher ein Körbchen voller Ideen mit dem Potenzial für einen Würfel – oder für neue Krokodilstränen.

Bis zum nächsten tierischen Zirkus im Jahr 2021 – hoffentlich wieder mit einer affengeilen Gala.



Hauptsponsor:

ADMEIRA

Naturalien:

CHOPFAB



DETTLING MARMOT 1867
VINS ET SPIRITUEUX

Sponsoren:

APG | SGA

Blick



KEYSTONE SDA

DIE POST

swisscom

Tierwelt
DIE SCHWEIZER ZEITSCHRIFT FÜR TIER UND NATUR

UBS

PHOTOBOOTHPRO
STUDIO

smARTEc
VERANSTALTUNGSTECHNIK

Mein liebster Schnappschuss

Ob Tiere, Blumen oder Landschaften: Die Natur hält die schönsten, eindrucklichsten und witzigsten Fotosujets bereit und inspiriert unsere Kreativität. Hast du auch ein tolles Foto gemacht? Wir veröffentlichen es gerne mit Namen und Informationen.

Damit wir den liebsten oder geklauten Schnappschuss drucken können, gilt Folgendes: Das Bild ist scharf, die Helligkeit stimmt und das Sujet ist gut zu erkennen. Möglich sind Abzüge auf Fotopapier, Dias oder digitale Fotos mit guter Auflösung.

Schicke uns die Daten im JPG-Format per E-Mail an: leserfotos@adc-tierwelt.ch
oder Fotopapier-Abzüge an:
Redaktion ADC Tierwelt
Leserfotos
8003 Zürich bei Zofingen



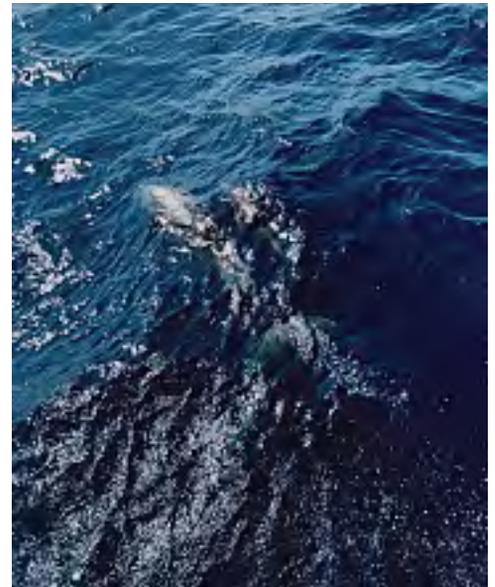
**Nico Ammann, HEIMAT
Zürich:** Flying Mop vom
Fotografen Tim Flach
ist eine Wucht.



Andreas Hornung, Texter/Konzepter: Krebs mit extravagantem Haus-Geschmack.



Markus Gut, Farner Consulting: Meine Katze Pepita mit Zebra Ludmilla.



Marietta Mügge: Eine Delfin-Mama und ihr Kalb begleiteten uns auf einem Segeltörn.



Andreas Rüffel, Chefredaktor dieser Ausgabe: Labrador Bruno und sein erster Wellenritt im Mittelmeer.



Michael Rottmann, Metzger Rottmann Bürge: Bei der Aufnahme kam kein Tier zu Schaden und einmal war dann auch genug.



Martin Fueter: Mein erstes Tierbild, aufgenommen mit 8 und einer Brownie-Kamera.



Gioia Bozzato, Hanna Jackl: Gala-Deko erst auf-, dann weg- und abgeblasen.



Frank Bodin, Consulting: Zwei Leidenschaften treffen aufeinander – Kunst und Natur.



Nicht alle Zürcher freuen sich über unseren dichten Fahrplan.

Unsere Trams und Busse fahren alle paar Minuten ein. Und sind über 20 Stunden pro Tag auf Achse. Funkstille herrscht auf den Fahrleitungen nur nachts zwischen 1.24 Uhr und 4.30 Uhr. Kein Wunder, pfeifen manche Bewohner von Zürich auf unseren dichten Fahrplan.



Umsteigen lohnt sich.

Zuchterfolg bei Frischauf

Der Zürcher Fussballverein D.I.n. Frischauf Seefeld ist seit 50 Jahren immer wieder Objekt wissenschaftlicher Feldforschung. So promovierte unlängst ein brasilianischer Wissenschaftler mit einer viel beachteten Arbeit unter dem Titel «Das Fussballspiel unter Absenz von körperlicher Bewegung». Weit weniger bekannt ist, dass der von prominenten Alphetieren der Werbebranche gegründete Fussballclub selber über eine Entwicklungsabteilung verfügt, die schon bemerkenswerte Erfolge erzielt hat. Es ist ihr unter anderem gelungen, auch ambitionierten Fussballern über mehrere Generationen hinweg sämtliche Stachel des sportlichen Ehrgeizes wegzuzüchten, sodass sich im öffentlich zugänglichen Gehege von Frischauf Seefeld auf der Zürcher Sportanlage Lengg auch die schlimmsten Wadenbeisser, Blutgrätscher und Kollegenschweine in ungefährliche Rudeltiere verwandeln. Wo früher das Naturprinzip des Fressens und Gefressenwerdens galt, herrscht heute der Charme eines Streichelzoos. Gelungen ist diese erstaunliche Mutation den Forschern von Frischauf durch eine konsequente Mästung des inneren Schweinehundes eines jeden Spielers. Gewinnt dieser Schweinehund die Oberhand im Kampf der Ur-Instinkte, die in jedem Fussballer toben, stellt er angesichts eines Balles jedes Mal die Sinnfrage: Soll ich mir diesen Ball wirklich erlaufen – oder nutze ich meine beschränkte Energie effizienter, indem



Ein neuer Ball dank D.I.n. Frischauf, bald auch in Bronze, Silber und Gold.

ich mich über die Ungenauigkeit des Zuspiels beklage? Nun ist dem Forscher-Team von Frischauf Seefeld, das sich mit Fördergeldern kommerziell denkender Sponsoren finanziert, ein neuerlicher Zuchterfolg geglückt. Die Spieler sind dem Ball zwar zugeneigt, bemängelten aber in der Vergangenheit immer wieder, dass ihnen dieser unkontrolliert vom Fuss abtropft und in eine beliebige Richtung davonrollt. Diesem auf der freien Wildbahn oft beobachteten Phänomen haben die Wissenschaftler nun mit einer neuartigen Form des Balles Abhilfe geschaffen: Sie haben den Ball gleichmässig mit Ecken und Kanten ausgestattet, um ihn in einen regelmässigen Hexaeder zu verwandeln, einen Kubus. Die vier-eckige Form des Balles hat in den ersten Feldversuchen überraschende Erkenntnisse zutage gefördert. Dank seiner Würfelform hat das neu entwickelte Spielgerät nicht nur sein Tempo denen angepasst, die es betätigen. Es lässt sich auf dem Spielfeld jetzt auch viel klarer von den ballähnlichen Rundungen unterscheiden, welche viele Spieler unter ihren Trikots mit sich herumtragen. Die Forscher gehen in einem Experiment noch einen Schritt weiter, um die werbetreibenden Spieler dazu zu motivieren, ihrem neuen Spielgerät nachzujagen, und färben diese Würfel einmal im Jahr in Bronze, Silber oder Gold.

Domenico Blass, Zürich

IMPRESSUM & RÄTSELÖSUNGEN



Diese Ausgabe der Tierwelt ist einmalig und liegt der September-Ausgabe der Fachzeitschrift *Persönlich* bei.

Herausgeberinnen: Kleintiere Schweiz
www.kleintiere-schweiz.ch
Präsident: Urs Weiss, Bisikon ZH
Kontakt: Tierwelt, 4800 Zofingen
Tel. 062 745 94 94, redaktion@tierwelt.ch,
www.tierwelt.ch

&

ADC Switzerland
www.adc.ch

Präsident: Frank Bodin, Zürich
Kontakt: ADC Switzerland, 8003 Zürich
Tel. 044 262 00 33, info@adc.ch

Der Nachdruck, auch auszugsweise, ist nur mit Genehmigung der Redaktion gestattet.

Chefredaktor: Andreas Rüppel

Redaktion: Matthias Ackeret, Sibylle Berg, Stefan Bircher, Domenico Blass, Frank Bodin, Peter Brönnimann, Cla Campell, Der Gesuchte, Barbara Lienhard, Dennis Lück, Andy Lusti, Dominique Magnusson, Christa Rigozzi, Inken Rohweder von Trotha, Uwe Schlupp, Thomas Schöb, Tom Seinige, Philipp Skrabal, Reinhold Weber

Illustrationen: Markus Cavegn, Maurus Zehnder, Sarina Pruschy (BYC), Mutasin Grabenhorst (Titelseite)

Layout: Corinne Bärtschi, Simon Marc Stierli

Verlagsleitung:

Gioia Bozzato, ADC Switzerland

Werbemarkt: Gioia Bozzato, Hanna Jackl, ADC Switzerland

Druck:
ZT Medien AG, Tierwelt-Verlag,
4800 Zofingen

Wettbewerbe:
Hanna Jackl, ADC Switzerland

Verbreitete Auflage: 6100 Exemplare

Ombudsstelle: ADC Switzerland

AUFLÖSUNG KREUZWORTRÄTSEL

Lösungswort:
Galerie Zentralstrasse

AUFLÖSUNG: «WEM GEHÖREN DIESE REHAUGEN?»

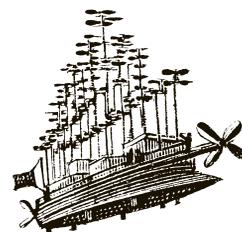


Danielle Lanz, Agentur Ruf Lanz



Für das süffigste Maultier der Tierwelt.

**Ginger Beer von Gents:
Die richtige Würze
für Mules aus Moscow,
London oder Zürich.
Swiss Made.**



GENTS
SWISS ROOTS TONIC WATER



Matte, Feldstecher, heisse Schoggimilch: Klein Christa am frühen Morgen in der Wildnis – und heute als Model mit Ziege.

O mein Papa...

Bei Murmeltieren, Hirschen und Rehen auf Entdeckungsreise: Die Erinnerungen von Christa Rigozzi an ihre Kindheit und die Ausflüge mit ihrem Vater in die Natur. «Schlicht faszinierende Momente!»

Schon als kleines Kind hatte ich eine besondere Verbindung zur Natur und zu den Tieren. Meinem Vater Fausto sei Dank; er war bis zu seiner Pensionierung Jagd- und Fischereiaufseher.

Jeweils im Mai musste er die Tiere zählen und nahm mich dazu an den Wochenenden mit in die Berge. Diese Ausflüge gehören zu meinen schönsten Kindheitserinnerungen – lange Wanderungen bis zur Capanna Alpina, ins Bleniotal oder nach Dötra. Schon mit vier Jahren, wenn andere noch in den Kinderschuhen stecken, lief ich mit meinen Bergschuhen wie ein Profi. Mein Vater sagte immer, ich sei ein kleiner Hirsch. Bei unseren Wanderungen offenbarte er mir dann all sein Wissen über die Natur: die Murmeltiere, die Vögel, die Hirsche, die Bäume, die Pflanzen, die geschützten Bergblumen wie das Edelweiss und, und, und. Er liebt die Natur und alles, was uns die Natur gibt.

In der Capanna Alpina hatten wir unsere Betten; wir richteten die Schlafsäcke und gingen früh Abendessen. Ausser der Eigentümerin der Capanna, die sich um alles kümmerte und für uns immer fein kochte, waren wir meistens alleine dort oben. Um drei Uhr nachts hiess es dann aufstehen, um uns ans Zählen der Tiere zu machen.

Im Rucksack Schoggimilch für mich, Kaffee für Papa und Brot, Käse, Salami und Wasser für uns beide. Auch immer dabei waren eine Decke und mein Mini-Teleskop. Wir liefen dann jeweils etwa eine Stunde, bis wir die richtige Position erreichten – mein Vater wusste immer genau wo –, breiteten die Decke

auf der Wiese aus und dann hiess es warten, warten, warten.

Wir sassen einfach da, genossen die Ruhe, die Natur, den Sonnenaufgang. Als Kind redete ich immerzu und wollte alles ganz genau von meinem Papa wissen. Ich erinnere mich, wie er mir manchmal sagte, ich solle schweigen und ruhig bleiben, weil wir sonst kein einziges Tier sehen würden.

Unvergesslich dann der Augenblick, wenn plötzlich unzählige Murmeltiere im Morgengrauen auftauchten, Rehe und Hirsche und

mein Papa alles in ein Buch notierte: Datum, Zeit, Zahl der Tiere, Geschlecht, Zustand. Diese Momente waren für mich als kleines Mädchen schlicht faszinierend. Das Schönste war natürlich die Zeit, die ich mit Papa verbringen konnte. Dank ihm habe ich viel über die Natur gelernt – nicht nur die Schönheit der Natur zu sehen, sondern auch die kleinen Dinge im Leben zu entdecken und zu schätzen. Dazu gehören für mich bis heute der Respekt für Menschen wie für Tiere gleichermaßen. Danke Papa.

BOOK YOUR CREATIVE BYC

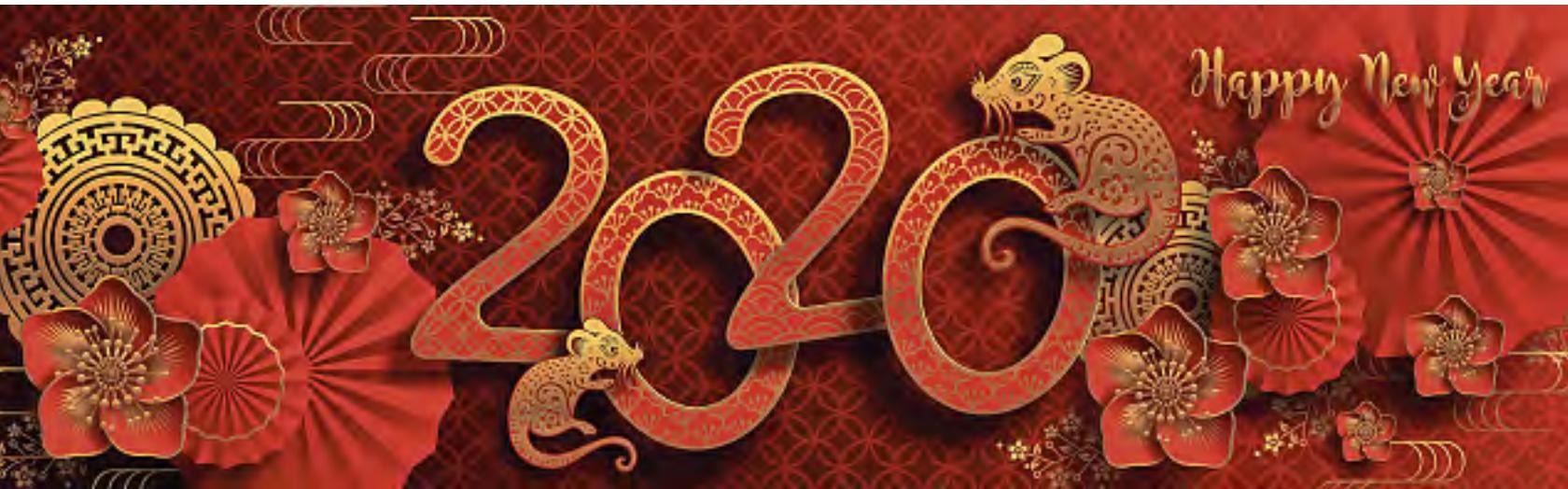
Book your cat's meow.
BookYourCreative.ch

BIERE MIT CHARAKTER



**Doppelleu
Boxer**

www.doppelleuboxer.ch



Das unglaubliche Jahr der Ratte

Die Chinesen haben grosse Erfindungen gemacht: Papier, Porzellan, Schiesspulver, Magnetkompass oder das Huawei P40. Sie haben aber auch Mumpitz erfunden wie das chinesische Horoskop. Zu diesem Schluss kommt unser Autor, der die Prognosen fürs Jahr 2020 Mitte 2020 las. **PETER BRÖNNIMANN**

Seit dem 25. Januar 2020 befinden wir uns gemäss dem chinesischen Horoskop im Jahr der Ratte. Genauer: Im Jahr der Metall-Ratte. Davor war das Jahr des Erd-Schweins, nächstes Jahr kommt das Jahr der Metall-Ochsen. «Wie, was, warum?», werden sich nun die besonders neugierigen Schützen, Zwillinge, Skorpione, Wassermänner, Widder und Waagen unter unseren Lesern fragen.

Klären wir also auf

In der chinesischen Astrologie gibt es zwölf Sternzeichen: Ratte, Ochse, Tiger, Hase, Drache, Schlange, Pferd, Ziege, Affe, Hahn, Hund und Schwein. Ein Sternzeichen dauert nicht wie bei uns 30 Tage, sondern 1 Jahr. Und jedem Tierjahr wird noch eines der fünf chinesischen Elemente zugeordnet. Es gibt also beispielsweise fünf verschiedene Arten von Affen: Metall-Affen, Wasser-Affen, Holz-Affen, Feuer-Affen und Erd-Affen. Gleiches gilt natürlich auch für alle anderen Tierzeichen.

Nur damit wir uns richtig verstehen: Das habe ich alles gegoogelt. Ich habe keine Ahnung von chinesischen Horoskopen, aber den Job, hier etwas darüber zu schreiben. Moderner Journalismus, halt.

2020 ist nun das Jahr der Metall-Ratte. Und da diese Ausgabe der ADC Tierwelt we-

gen Corona nicht wie geplant im März, sondern erst jetzt erscheint, können wir nun einigermaßen gut prüfen, wie gut die Voraussagen des chinesischen Kalenders waren.

Viversum.com schreibt Anfang Jahr: «Laut chinesischem Horoskop 2020 gibt es im Jahr der Metall-Ratte keine Probleme – es gibt nur Chancen.»

Kristina Gramatica: «Das Metall-Element sorgt dafür, dass alles, was du in diesem Jahr beginnst, von Erfolg gekrönt sein wird.»

Bildderfrau.de: «Für das Jahr 2020 heißt das, wir lassen uns nicht von unseren Vorhaben abbringen und verfolgen diese fokussiert.»

RTL.de: «Die Ratte gilt bei den Chinesen als kommunikativ. Sie könnte also dafür sorgen, dass wir in diesem Jahr viele neue Leute kennenlernen. Der Nager ist außerdem sehr triebgesteuert – auch unser Sexualleben könnte also Aufschwung bekommen. Und was ergibt das in Kombination? Neue Bekanntschaften + gesteigerter Sexualtrieb = mehr One Night Stands.»

«Die Ratte gilt als» ist übrigens der Satzteil, der in praktisch jedem chinesischen Horoskop vorkommt, das ich gelesen, oder besser mir angetan habe. Je nach Autor gilt die Ratte

als: klug, kreativ, hartnäckig, bodenständig, wissensdurstig, ehrgeizig, diplomatisch, humorvoll, romantisch, tatkräftig, motivierend, widerspenstig, charismatisch, anpassungsfähig, entschlossen, weise und leidenschaftlich. «Du bist romantisch wie eine Ratte.» Wenn ich diesen Satz meiner Frau sagen würde, würde sie wohl antworten: «Und du kreativ wie eine Ratte, humorvoll wie eine Ratte und jetzt schweig wie eine Ratte.»

Weiter gehts mit Prognosen für 2020

vayamo.ch: «Das neue Jahr bringt uns laut den Chinesen ein starkes, gewinnbringendes und glückliches Jahr.»

Schicksal.com: «Die Weltkonjunktur ist in Rattenjahren positiv.»

20Minutenfriday: «2020 ist das Jahr der Ratte. Ihre Glücksfarben sind Blau, Gold und Grün.»

freundin.de: «Unterm Strich bedeutet das, dass uns ein besonders glückliches Jahr erwartet.»

Und zum Schluss noch meine ganz persönliche Prognose: Falls es mal nicht mehr klappt als Texter, Berater, Art Director, Kunde, Programmierer oder Putzhilfe: Horoskope texten kann jeder.

Tierwelt für Werber

Vor 16 Jahren (ver)drehte sich die Welt noch anders. Verschiedene Tierwelt-Kampagnen aus dem Jahr 2004 im Test der Zeit. Auffallen um jeden Preis ist heute bestimmt gefährlicher geworden. **UWE SCHLUPP**

Als der Chefredaktor uns nach einem Rückblick auf die alten Tierwelt-Kampagnen bat, fragten wir uns, ob wir diese Mottenkiste bzw. diesen Giftschränk überhaupt öffnen wollen. Und fanden es dann ganz lustig, die alten Arbeiten mit den Augen von heute anzuschauen.

Dass die Tierwelt sehr interessant für Werber ist, war uns schon 2004 klar. Denn wer Tiere hat, hat auch Geld. Geld für Autos, Häu-

ser oder Reisen. So weit, so klar und sicher immer noch aktuell.

Da aber im Jahr 2004 Vegetarier, Veganer und Klimaaktivistinnen noch Exoten waren, wirken die inzwischen 16 Jahre alten Sujets 2020 ihrerseits wie Exoten. Auffallen um jeden Preis ist in Shitstorm-Zeiten gefährlicher geworden und wir bei KSP raten unseren Kunden inzwischen: Entertain me. But don't bullshit me.

«BEI UNS ERREICHEN SIE BEMERKENSWERT VIELE AUTOFREUNDE.»

Ging gut 2004, ginge heute (vom Layout mal abgesehen) wohl noch besser. Ziemlich instagrammable sind die Fahrtwindhunde ja. Und sogar bei KSP gibt es heute Agenturhunde.



«BEI UNS ERREICHEN SIE BEMERKENSWERT VIELE TIERFREUNDE.»

2004 durfte man noch ungeniert von PS-Boliden träumen, das wirkt heute schon sehr schräg. Und Tesla hat leider kein Tier im Logo.



«UNSERE LESER LIEBEN ALLE TIERE.»

Finden heute sicher viele doof, war aber auch 2004 schon doof. Und das doofste Sujet haben wir grad in der Kiste gelassen.



«GÖNNEN SIE IHRER ANZEIGE ETWAS MEHR GLAMOUR.»

Ironie ging 2004 noch sehr gut, sie ist heute in unseren ernstesten und korrektesten Zeiten aber als oberflächlich verpönt. Obwohl Dinge infrage zu stellen durchaus einer tieferen Auseinandersetzung bedarf. Und zumindest sich selber nicht zu ernst zu nehmen ist auch aktuell noch eine Tugend.

KNOCHEN FÜR ADC JUROREN

Der Kauknochen als Give-away für frustrierte ADC Juroren ist wohl so aktuell wie 2004. Für die «Glamour»-Kampagne gab's damals immerhin einen Shortlistplatz.



Developed by



Zürcher
Kantonalbank

frankly.ch

Rente ist wie Kinopopcorn: Reicht nie bis zum Ende.

Mit der frankly App noch
heute eine Säule 3a eröffnen.
Du hast es in der Hand.



frankly.

Nominiert in den Kategorien
«Evergreen» und «Klein-aber-fein»:



Wir gratulieren allen Würfel-Gewinnern herzlich zu ihrem Sieg.

MIGROS

Ein **M** besser.