

TIERISCH GUT!

ÜBER DEN EINSATZ VON TIERBILDERN IN DEN MEDIEN

Sie sind allgegenwärtig: Tierbilder. Und das nicht erst, seit es Werbung und Kampagnen, seit es Internet, Zeitungen und Zeitschriften gibt. Schon von Alters her wurde die Abbildung von Tieren als Instrument eingesetzt, Botschaften zu transportieren. Denken wir nur an Siegel und Wappen: der Löwe, der Adler, der Bär. Der Adler als deutsches Wappentier, was soll er dem Betrachter verdeutlichen? Warum ist der „stolze“ Adler nicht – beispielsweise – durch ein Huhn zu ersetzen? Warum greift das Mittelalter gerne auf den „königlichen“ Löwen oder den „starken“ Bären zurück – und nicht auf das Häschen oder gar die Ratte?

von Ute Jansing

Eine bekannte Supermarktkette hat Tierbildern in diesem Jahr gemeinsam mit einer Naturschutzorganisation sogar ein ganzes Heft gewidmet, in dem gesammelte Aufkleber/Sticker ihren Platz finden konnten. Gedacht als Werbekampagne hatte die Aktion den positiven Nebeneffekt, dass viele Kinder nun die Na-

men von vielen Tieren kennen. Ca. 40 % der Privathaushalte in Deutschland halten ein Haustier. Würde man das mit einer politischen Macht vergleichen, dann wäre das eine sehr gute Zahl und würde gleichzeitig die letzte große Volkspartei bedeuten. Was hat das mit Bildern zu tun? Es ist schon wichtig, ob jemand ein Tier sein Eigen nennt oder

Ekel oder Faszination? Auf jeden Fall ein Magnet für die Augen
Foto: Lars Tuchel / Pitopia

nicht. Denn ein Tierhalter reagiert eventuell anders auf Bilder mit Tieren als der Rest der Bevölkerung. Wobei noch zwischen Tierliebhabern ohne eigenes Tier, Tierhassern und Menschen mit neutraler Einstellung gegenüber Tieren unterschieden werden muss.

Wenn also ein Bild mit einem Tiermotiv Verwendung finden soll: Was ist dabei





Lasziv dahinfließend wie eine Diva. Oder: Entspannung und Wellness pur
Foto: UnitySpirit / Pitopia

Einfach nur süß und niedlich
Foto: Joanna Langer / Pitopia



zu beachten und welche Auswirkungen und Reaktionen können dadurch ausgelöst werden?

Bedeutung von Tieren

Mensch und Tier waren schon immer zusammengehörig, historisch zumeist in biblischem Sinne: Menschen nutzen Tiere für ihre Zwecke. Jedoch hat sich das Zusammenleben in den letzten Jahren und Jahrzehnten in westlichen Regionen stark verändert. Früher mussten die meisten Tiere für die Menschen arbeiten, Milch, Leder oder Fleisch liefern. Heute sind Tiere immer mehr dazu da, Menschen zu unterhalten oder das Zusammenleben ist gar so eng gestaltet, dass Tiere inzwischen eher als Beziehungsobjekt angesehen werden und vielleicht immer weniger als ein Tier.

„Zeige mir dein Tier und ich sage dir wer du bist.“ Ein Tier zu besitzen ist heutzutage ein Statussymbol. Es wird überlegt, diskutiert, gerechnet und vermutlich ge-googelt, um herauszufinden, welches Tier denn passen könnte. Tiere haben Einfluss auf den Menschen – und um möglichst den eigenen Bedürfnissen entsprechend das passende Tier zu finden, wird auch finanziell viel investiert. Aber nicht jeder kann sich immer sein Wunschtier leisten oder halten oder im

Zuge der geforderten Mobilität überall mit hinnehmen. Da müssen eben andere, ausgleichende Maßnahmen ergriffen werden: Spätestens hier kommen Tierbilder ins Spiel.

Assoziationen mit Tieren

Ein Löwe gilt als stark und wird der König der Tiere genannt. Vor ihm hat man Respekt. Aber auch Angst, da er auch Macht und potentielle Gewalt demonstriert. Füchse sollen schlau sein, das wird seit Urzeiten in Geschichten erzählt. Und auch in der Werbung genutzt. Oder welches Unternehmen fällt Ihnen ein, wenn Sie einen roten Fuchs und Steine sehen?

Oftmals werden leidende Tiere gezeigt, wenn im Betrachter Emotionen wie Mitleid oder Wut erzeugt werden sollen. Je größer die Liebe zu Tieren oder speziell zu der gezeigten Spezies oder Rasse ist, desto größer kann das Mitleid oder die Wut ausfallen. Natürlich ist der positive Gegenfall genauso möglich. Um zu zeigen, wie lieb, vertrauenswürdig oder hilfreich ein Mensch, eine Institution oder ein Unternehmen ist, wird gerne eine freundlich wirkende Tiersituation bebildert. Denn die meisten Menschen ticken da einfach ähnlich: Assoziativ überkommen uns positive Emotionen. Das wissen Me-

Ute Jansing

Nach mehr als 10 Jahren Erfahrung in der Werbebranche gründet Ute Jansing die Bildagentur Pitopia in Karlsruhe, www.pitopia.de. Die Geschäftsführerin verantwortet die Bereiche Marketing, Vertrieb und Unternehmenskommunikation sowie die Redaktion.



BASICS

Bisher erschienen:



EMOTIONSFLUT

Wie Emotionen über Bilder transportiert werden



MUT ZUR PERSPEKTIVE

Beim Einsatz von Bildern kann der Blickwinkel entscheidend sein



LUST AUF ILLUSION

Wer hätte das gedacht? Dynamik in Bildern hat mit Erfahrung zu tun!



PLATZ MACHEN!

Haben Sie sich schon einmal wie Text gefühlt? Getresst vom ewigen und immer wiederkehrenden Wettstreit um Raum und ein wenig Platz?



dienleute intuitiv zu nutzen bei der Verwendung von Tierbildern im Fernsehen, in den Printmedien und natürlich auch im Internet.

Tierbilder sind also meistens nicht einfach nur zur Unterhaltung da. Sie sollen faszinieren, belustigen, niedlich oder ekelig sein und noch vieles mehr, um Aufmerksamkeit zu erzeugen. Ein riesiges Bild einer dicken fetten Spinne wird die meisten Menschen abschrecken und Ekel erzeugen, aber hinschauen wird man allemal, das muss einfach sein!

Aber natürlich kann mit Tierfotografie auch das emotionale Gegenteil inszeniert werden: Beim Anblick von jungen Tieren, die süß und niedlich sind, kommen meist warmherzige und positive Gefühle auf bis hin zum Erzeugen eines Beschützerinstinktes.

Wird eine inhaltliche Botschaft neben ein Tierbild platziert, kann jedoch Unterschiedliches an Wirkung erzielt werden: Entweder beinhaltet die Botschaft eine unterstützende niedlich, lieb wirkende Information oder aber genau das Gegenteil ist der Fall – es wird von einer hässlichen und grauenvollen Sache erzählt und das Bild stellt das Wunschdenken dar, wie es sein sollte. Ein und dasselbe Bild kann also ganz konträr interpretiert werden, wenn Botschaften in Form von Texten hinzukommen.

Kommunikation über Tiere

Stellen Sie sich vor, Sie wollen Hundefutter kaufen und gehen in einen Laden, in dem Katzen Werbung für Hundefutter machen. Können Sie sich das vorstellen? Wohl eher nicht. Übersetzt heißt das also, wer Hundehalter oder Hundefans

ansprechen möchte, der nutzt zumeist auch Hunde, um sie anzusprechen. Wird Hundefutter für zum Beispiel einen Russet-Terrier gesucht ist das am einfachsten zu finden, wenn genau dieser Hund auf der Packung abgebildet ist. Alles andere würde nur verwirren.

Komplizierter wird es, wenn es nicht um Futter für Tiere geht, sondern um Gefühle. Den einen sprechen eher Katzen an, den anderen eher Pferde. Der nächste ist ein Hundehasser und hat beim Anblick eines Hundes einfach nur Hassgefühle, weil er als Kind vielleicht von einem Köter angefallen und verletzt wurde.

Trotz solcher Unwägbarkeiten ist das Verwenden von Tierbildern – nicht nur in Deutschland, sondern generell in den

Macht, Kraft, Souveränität.. Der Herrscher
Foto: Thomas W. Kranenberg / Pitopia

Die Klassiker des Kuriosen: Tiere in menschlichen Situationen
Foto: Martina Osmy / Pitopia

westlichen Ländern – inzwischen sehr beliebt geworden: Eben, weil viele Menschen selbst ein Haustier haben, generell also als tierfreundlich gelten können. Dennoch, es bleibt ein zweischneidiges Schwert: Denn das Umsetzen von Botschaften mit Hilfe von Tierbildern – und was genau kommuniziert werden soll – ist im Vorfeld des Einsatzes solcher Motive sehr genau abzuwägen.

Kuriositäten und Sprechblasen

Ein einfacher Weg, ein Tier sprechen zu lassen, ist ihm die Worte in den Mund zu legen, also es selbst sprechen zu lassen. Jedoch kann die Wirkung durch die Wahl des passenden Tieres noch stark unterstützt werden. Gerne werden Tiere hierfür auch vermenschlicht, in Situationen gezeigt, die eigentlich Menschen erleben. Witzig kann die Darstellung einer Kuriosität oder eines nicht real existierenden Phantasie-Tieres sein. Was nicht passt, wird per Montage passend gemacht. Ganz sicher wird es seine Wirkung nicht verfehlen. Ein Zuviel davon ist aber eher anstrengend, da das Nachdenken über das Unreale und die Erzeugung des nicht Passenden in der Interpretation des Betrachters eine gewisse Zeit braucht. Vor allem im werblichen Einsatz steht allzu Kurioses immer in der Gefahr, die eigentlich gewünschte Werbebotschaft zu überdecken.

Und nicht immer hat das Bild eines Tieres irgend eine besondere Bedeutung, aber das Hinterfragen warum und wieso gerade dieses Bild gezeigt wird, ist schon legitim für beide Seiten – für den Verwender und für den Betrachter. Wenn Sie eine persönliche Note in Ihre Bilderwelt bringen möchten, muss das nicht immer über eine menschliche Abbildung erfolgen. Nutzen Sie die Macht der Tierbildemotionen. Aber nutzen Sie sie überlegt.

