



Eine Video-Plattform mit lustigen Tiervideos soll zum Spenden animieren. *screenshot: youtube*

Petflix statt Netflix – wie Tierschützer bei den Millenials punkten wollen

Die Stiftung Tier im Recht lanciert eine freche Netflix-Kopie. Die Filmstars haben vier Beine oder Flügel – und gestreamt wird für einen guten Zweck.



Daniel Schurter

Folge mir

Kennst du Petflix?

Kein Verschreiber, nein, gemeint ist tatsächlich petflix.ch.

Hinter der Website steckt die Stiftung Tier im Recht (TIR), eine unabhängige Tierschutzorganisation aus der Schweiz.

Woran bloss erinnert das Layout? 😊 *screenshot: petflix.ch*

Der Name der am Mittwoch lancierten Video-Plattform ist kein Zufall: Aufbereitet in Blockbuster-Manier verweisen die Clips auf bekannte Filme und Serien. Ein Hamster packt in «Le Chocolatier» Pralinen zurück in die Packung. In «Hawk High» attackiert ein Falke eine Drohne und in «Secret Agent Fox» tarnt sich ein Hund auf geheimer Mission als Wischmopp.

Action, Horror, Drama oder doch lieber Comedy? Der Petflix-Trailer



video: youtube/tier im recht

Binge Watching

Wie beim bekannten Streaming-Anbieter ist auch bei Petflix der Spass nicht umsonst zu haben. Ab 15 Franken gibt's «unbegrenzten Zugang» – und auf Wunsch eine Spendenquittung.

Denn ja: Petflix ist eine professionell gemachte Fundraising-Kampagne, mit der die Tierschützer Geld sammeln und für ihr Anliegen werben. Neben den Videos erhalten die Nutzer Informationen zum rechtlichen Schutz von Haus- und Wildtieren.

Gieri Bolliger, Geschäftsleiter bei TIR:

«Tiere geniessen in unserer Gesellschaft zwar einen hohen Stellenwert, in vielen Bereichen ist ihr rechtlicher Schutz aber immer noch mangelhaft. Auch werden Tierquälereien und andere Tierschutzdelikte von den zuständigen Behörden zu wenig konsequent verfolgt. So kommt den Tieren nicht der Schutz zu, den sie verdienen.»

Für die Konzeption und benutzerfreundliche Umsetzung der Spendenkampagne arbeitete TIR mit der Zürcher Kreativschmiede Equipe zusammen. *screenshots: tir*

Wir haben mit den Verantwortlichen der Spendenkampagne ein schriftliches Interview geführt, in dem sie auch zu einem allfälligen Rechtsstreit mit Netflix Stellung nehmen.

Wie seid ihr auf diese Idee gekommen?

In erster Linie wollten wir eine Kampagne für Millennials machen, denn diese werden für NGOs immer wichtiger. Sie sind sehr engagiert, wenn es um soziale Themen wie Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit geht. Und nicht zuletzt verdienen sie bereits ihr eigenes Geld, das sie gerne für einen guten Zweck ausgeben. Millennials ticken aber etwas anders als ältere Generationen, wenn es um Spenden geht. Sie informieren sich primär online und legen grossen Wert auf eine rasche und einfache Interaktion. Und natürlich spielt auch der Entertainment-Faktor eine grosse Rolle.

Habt ihr Petflix markenrechtlich prüfen lassen?

Wir haben vorab umfassende Abklärungen hinsichtlich Name und Aufbau getroffen und unsere Grenzen ausgelotet. Mit Namen und Logo spielen wir natürlich auf Netflix an, uns war es aber sehr wichtig, dass von Anfang an klar ist, dass es sich um eine Spendenkampagne handelt und die Stiftung für das Tier im Recht (TIR) der Absender der Kampagne ist. Schliesslich verkaufen wir keine Fernseh-Abos, sondern belohnen Spender mit einer Reihe unterhaltsamer Tiervideos. Die Spendenplattform sowie die Videos selbst kommen mit einem komplett eigenen Design und selbst produziertem Inhalt daher.

Was passiert, wenn Netflix mit rechtlichen Schritten droht?

Durch Abklärungen vorab haben wir bewusst versucht, dieses Risiko zu minimieren und gehen deshalb davon aus, dass es keine rechtlichen Komplikationen mit Netflix geben wird. Sollte es wider Erwarten zu rechtlichen Schritten kommen, müssen wir situativ entscheiden. Grundsätzlich hoffen wir aber, dass Netflix unser Anliegen unterstützt, falls es davon Wind kriegt.

TIR gelingt es immer wieder, mit Aktionen aufzurütteln. Gibt's viele negative Reaktionen?

Die positiven Reaktionen überwiegen ganz klar. Grundsätzlich ist es wichtig, dass eine Kampagne die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit gewinnt, denn nur so kann die Gesellschaft für die wichtigen Anliegen des Tierschutzes sensibilisiert werden. Leider ist das Thema Tierschutz oftmals von der negativen Seite der Mensch-Tier-Beziehung geprägt und auch in der Schweiz genies- sen Tiere noch nicht den Schutz, den sie verdienen. Deshalb ist es bedeutsam, mit eingängigen Kampagnen auf diese Problema- tik aufmerksam zu machen.

Ein Poster aus einer preisgekrönten Kampagne der Stiftung Tier im Recht. *bild: tir*

Stichwort Online-Spenden: Kann ich bei Petflix auch mit Paypal bezahlen?

Um den Spendenprozess so einfach und bequem wie möglich zu gestalten, fokussieren wir auf die in der Schweiz am mit Abstand weitesten verbreiteten Zahlungsmethoden bei digitalen Spenden; das heisst Kreditkarten und PostFinance Card. Darüber hinaus richtet sich unsere Kampagne explizit an Mobile Users, deshalb sind auch SMS-Spenden ein Must Have. Paypal spielt hierzulande hinsichtlich Spendenvolumen eine vernachlässigbare Rolle, weswegen wir uns bei der Kampagne gegen diese Schnittstelle entschieden haben.

Online-Spenden machen erst wenige Prozent vom ganzen Spendenvolumen aus. Warum?

Dafür gibt es zwei Gründe.

1. Erstens setzen auch heute noch viele NGOs bei der Akquisition von Spenden auf Print- und Plakatwerbung und insbesondere auf Direkt-Mailing. Dadurch versuchen sie ihre Spendenthemen langfristig zu streuen und im Anschluss ihre Spender per Post zuhause abzuholen und zum Spenden zu motivieren. Damit verstärken sie natürlich das bestehende Spendenverhalten.

2. Zweitens spenden die Leute hierzulande traditionell höhere Summen, dafür aber nicht so oft. Bei höheren Beträgen überlegt man sich natürlich zweimal, wofür man spenden will und trifft diese Entscheidung nicht spontan und unterwegs am Smartphone.

Durch den demographischen Wandel sehen wir hier aber eine klare Trendwende: Dank einer durch und durch digitalisierten, jüngeren Generation konnten wir über die vergangenen Jahre einen kontinuierlichen Anstieg an digitalen Spenden verzeichnen und hoffen, mit dieser Kampagne auch wertvolle Erfahrung im Umgang mit dieser Zielgruppe zu machen.

Wofür wird das gespendete Geld verwendet?

Die TIR finanziert sich ausschliesslich über private Spenden. Die Organisation erhält weder vom Bund noch von den Kantonen finanzielle Unterstützung. Das gespendete Geld fliesst in die Tierschutzprojekte. So werden angehende Juristen zu Tierschutzrechts-Spezialisten ausgebildet, oder man reicht Strafanzeigen wegen Tierquälereien und anderen Tierschutzverstössen ein und analysiert jedes Jahr den Tierschutzstrafvollzug in der Schweiz. Zudem erarbeitet die TIR Gesetzesvorschläge für bessere Tierschutzbestimmungen und bringt diese auf das politische Parkett.

Mehr Informationen über aktuelle TIR-Projekte gibt's unter tierimrecht.org.

Das könnte dich auch interessieren:

Statt Abschuss von Katzen – Tierschützer wollen Mikrochips, Hausarrest oder Kastration



video: reuters