

Dezernat 3

Recht, Sicherheit und Ordnung, Gewerbe- und
Marktwesen, Einwohner- und Meldewesen,
Personenstand, Lebensmittelüberwachungs- und
Veterinärwesen, Umwelt, Abfallwirtschaft,
Tierpark, Kriminalprävention

Stadt Chemnitz · Dezernat 3 · 09106 Chemnitz

Stadtrat Chemnitz
Fraktion Bündnis 90/Die Grünen
Stadtrat Herr Lehmann



CHEMNITZ
STADT DER
MODERNE

Dienstgebäude Düsseldorf Platz 1
09111 Chemnitz

Datum 27.04.2011
Unser Zeichen
Durchwahl
Auskunft erteilt
Zimmer
Ihr Zeichen
Ihr Schreiben vom
E-Mail

Kurzbezeichnung: Tierpark Chemnitz

Frage:

Sehr geehrte Frau Oberbürgermeisterin,

im vom D3 in Vorbereitung auf das EKKo in Auftrag gegebene Gutachten zum Tierpark Chemnitz wurde von einem fast nicht vorhandenen Marketing gesprochen und das dieses verbessert werden muss, um Mehreinnahmen zu erzielen. Das wurde im Rahmen des EKKo's auch bei anderen Kultureinrichtungen gefordert.

1. Sind Maßnahmen im Tierpark eingeleitet worden, um das Marketing zu verbessern? Wenn ja, welche?
2. Gibt es ein Marketingkonzept oder ist ein solches geplant?
3. Sind explizit Marketingmaßnahmen geplant, um die naturwissenschaftlichen Einrichtungen der Stadt, wie den Tierpark, den Botanischen Garten und das Naturkundemuseum gemeinsam in der Stadt und der Region zu bewerben?
4. Welche Marketingausgaben hatte der Tierpark in den Jahren 2008 bis 2010? Welche Marketingausgaben sind in den Jahren 2011 bis 2013 geplant?

Mit freundlichen Grüßen

Thomas Lehmann

Stadtratsanfrage RA-129/2011

Sehr geehrter Herr Lehmann,

der Tierpark verfügt über ein Produktkonto, in welchem Gelder für die Öffentlichkeitsarbeit eingestellt sind. Davon werden die Veranstaltungen (Ostern, Tierparkfest, Kinderfest), die Kommunikation und die Werbung bestritten. 2008 standen dafür 11.000 €, 2009 15.000 € und

Telefon 0371 488-1930
Fax 0371 488-1993
E-Mail d3@stadt-chemnitz.de
Internet www.chemnitz.de

Erreichbarkeit Bus
und Straßenbahn
Haltestelle:
Zentralhaltestelle

kein Zugang für
elektronisch signierte
sowie für verschlüsselte
elektronische Dokumente

2010 und 2011 jeweils 20.000 € zur Verfügung. Auch in den nächsten Jahren wird sich der Betrag in dieser Höhe bewegen.

Die Öffentlichkeitsarbeit (Pressemitteilungen, Zeitungsartikel, Interviews, Fernsehbeiträge, Tierparkführer, Jahresberichte, Internetauftritt etc.) dient dazu, den Tierpark bekannter zu machen bzw. immer wieder ins Gedächtnis zu rufen sowie über das alltägliche Angebot (vor allem Tiere, Grün, Ruhe, Information, Befriedigen des „schlechten Artenschutzgewissens“ etc.) hinaus mittels Veranstaltungen Attraktionen zu bieten.

Es sind hier auch neue Wege angedacht, die auf Grund der personellen Situation und auch des erst kürzlich freigegebenen Haushaltes noch nicht umgesetzt werden konnten.

Es stehen in einem Zoo immer das Tier und seine Bedürfnisse im Mittelpunkt. Laute und aufregende Aktivitäten verbieten sich, da das Gelände nicht so groß ist, dass solche Aktionen tierfern durchgeführt werden können. Zudem liegt der Tierpark inmitten von Wohnbebauung, so dass auch aus dieser Hinsicht lautstarke Veranstaltungen, wie Konzerte, nicht durchzuführen sind. Alle Öffentlichkeitsmaßnahmen sollten zudem zum Leitgedanken des Zoos – dem Natur- und Artenschutz – passen.

Überlegungen zu einem Marketingkonzept oder besser einer Kommunikationsstrategie, wie sie der Weltverband der Zoos und Aquarien (WAZA) in seiner „Welt-Zoo- und Aquarium-Naturschutzstrategie“ empfiehlt, sollten im Zusammenhang mit einem Gesamtkonzept erstellt werden, welches im Jahr 2012 zu erwarten ist. Wichtig ist, gerade die Alleinstellungsmerkmale und Besonderheiten eines Zoos zu bewerben und sich damit von den anderen Freizeitangeboten abzuheben.

Im Prinzip entspricht die derzeitige Arbeit im Bereich „Öffentlichkeitsarbeit“ im Tierpark dem recht dehnbaren Begriff des „Marketings“.

Für ein eigentliches „Marketing“ im Tierpark ist Fachpersonal notwendig, zudem sind dem Tierpark auch verwaltungstechnisch Grenzen beim Marketing gesetzt. Hier besteht die Möglichkeit für den Förderverein, mit passenden Marketingmaßnahmen den Tierpark zu unterstützen.

Mit dem Naturkundemuseum bestehen seit Jahren gute Kontakte, unter anderem wurden einige der im Tierpark verstorbenen und der Bevölkerung bekannten Tiere dort präpariert und zur Schau gestellt. Mit dem TIETZ, dem Botanischen Garten und anderen Kultureinrichtungen der Stadt und des Umlandes besteht ein reger Austausch von Flyern, Plakaten und anderem Informationsmaterial. Ebenso werden Bürger mit speziellen Anliegen an die jeweiligen Einrichtungen verwiesen.

Eine gemeinsame Marketingstrategie ist auf Grund der unterschiedlichen Strukturierung und der verschiedenen Ansprüche der einzelnen Einrichtungen nur schwer zu erarbeiten und umzusetzen.

Mit freundlichen Grüßen

Miko Runkel
Bürgermeister