

Nun kommen die Wildtiere nach Zürich

Aktion im öffentlichen Raum Erstmals seit zehn Jahren wird es 2027 wieder ein Sommerprojekt der City-Vereinigung geben. Während zehn Wochen werden überlebensgrosse Figuren wie Wildschweine, Raben oder Feuersalamander die Innenstadt bevölkern.

Tina Fassbind

Erschrecken Sie nicht, wenn Ihnen im Sommer 2027 plötzlich ein Wildschwein an der Zürcher Bahnhofstrasse gegenübersteht. Vielleicht ist es auch eine überlebensgrosse Waldmaus oder ein fast anderthalb Meter langer Feuersalamander.

Die Holzkulpturen sind Teil der Aktion «City Animals», die die Zürcher City-Vereinigung im kommenden Jahr durchführen wird. Ziel sei es, die vielen «tierischen Mitbewohner der Stadt aus ihren Verstecken zu holen und zu zeigen, was sonst im Verborgenen bleibt». So steht es auf der Website der Aktion. Sie wurde in Zusammenarbeit mit der Organisation Stadtwildtiere konzipiert, die das Zusammenleben von Menschen und Wildtieren im urbanen Raum erforscht und fördert.

«Wir wollen die Leute überraschen»

«City Animals» sei für Familien, Touristinnen und Touristen, aber auch für die Bevölkerung gedacht, sagt Dominique Zygmont, Geschäftsleiter der City-Vereinigung Zürich. «Wir wollen die Leute überraschen und ihnen eine kleine Abenteuerreise durch die Stadt ermöglichen. Gleichzeitig möchten wir damit den Fokus auf das Gewerbe richten, das sich täglich für eine attraktive Zürcher Innenstadt engagiert.»

Während zehn Wochen werden die Skulpturen des Künstlerkollektivs Laborraum Pialeto auf verschiedenen Plätzen der Innenstadt und in jenen Betrieben, die an der Aktion teilnehmen, zu sehen sein.

«Jeder publikumsorientierte Betrieb der Stadt Zürich kann ein solches Holztier kaufen und aufstellen – also auch ein Zahnarzt oder ein Coiffeurgeschäft», sagt Zygmont. 4000 Adressen habe man angeschrieben. «Die Idee ist es, dass so beim Flanieren durch die Innenstadt immer wieder ein solches Tier entdeckt werden kann.»



Auch der Dachs wird es sich gemütlich machen, daneben die stattliche Waldmaus, der imposante Holzfuchs, der 140 cm lange Feuersalamander und die Rabenkrähe in schillerndem Schwarzblau. Fassbind

Der Verkauf der Tiere hat diese Woche begonnen. Zur Auswahl stehen 15 Modelle von der Bachforelle über Raben bis hin zu Elchhörnchen und eben Wildschweinen. Insgesamt 200 Wildtiere in verschiedenen Grössen stehen online zum Verkauf.

Die Preise für die Skulpturen bewegen sich zwischen 2950 und 3950 Franken. Hinzu kommen 570 Franken, wenn man das Holztier auf einem Podest platzieren möchte. Selbst mit dem momentan «Early-Bird»-Rabatt von 20 Prozent beim Kauf bis zum 1. Mai ein stolzer Preis. «Mit dem Erlös finanzieren wir die Herstellung dauere fast ein Jahr, und es seien mehrere Künstlerin-

nen und Künstler involviert. Hinzu kommen die Kosten für die Lagerung der meterhohen Objekte und später der Transport.

Man bezahle aber auch für ein einzigartiges Kunstwerk: «Selbst wenn zehn Dachse bestellt werden: Jedes Tier ist ein Unikat, hergestellt aus hochwertigen Materialien aus der Region.»

Neben den 200 Objekten, welche in oder vor Geschäften zu sehen sein werden, stellt die City-Vereinigung weitere Figuren in Gruppen auf Plätzen in der Innenstadt auf, die von Sponsoren finanziert werden – darunter eine Hirscherde und eine Biberfamilie. Wo diese Herden stehen werden, ist noch nicht bekannt. Beim Aufbau der Objekte

im öffentlichen Raum müssen gesetzliche Vorschriften eingehalten werden. Deshalb steht die City-Vereinigung laut Zygmont bei der Planung der Aktion in engem Kontakt mit der Stadtverwaltung. «Auf dem Sechseläutenplatz ist es beispielsweise unmöglich, während zehn Wochen eine Tiergruppe aufzubauen. Aber es hat ja noch viele weitere attraktive Plätze in Zürich.»

Bunte «Züri-Leue» bevölkerten 1986 die Stadt

Nach zehn Jahren Pause geht die City-Vereinigung Zürich mit der Aktion «City Animals» neue Wege. «Wir haben ein Konzept entwickelt, welches unsere früheren Sommeraktionen in die

Gegenwart führt und zur Stadt passt», sagt Zygmont. Nachhaltigkeit sei dabei zentral. «Die Holztiere sind entweder naturbelassen oder mit umweltschonender Farbe bestrichen. Sie sind verschraubt, nicht genagelt, was wichtig ist fürs spätere Recycling.»

Sommeraktionen wie diese haben bei der City-Vereinigung eine lange Tradition – insbesondere mit Tiersujets. Die erste fand 1986 statt. Damals wurden überall in der Innenstadt bunte bemalte Löwenstatuen, «Züri-Leue», verteilt. 1998 folgte dann die «Cow Parade»: Über 800 Kuhmodelle standen in jenem Sommer im Zentrum von Zürich. Beide Male wurden Roh-

linge an die beteiligten Unternehmen und Geschäfte verkauft, welche anschliessend frei gestaltet und bemalt werden konnten – zum Teil von ganzen Schulklassen. Beide Male stammten die Kreationen vom Designer Beat Seeburger. Neu am Konzept von 1998 war jedoch, dass die naturgetreuen Kuhmodelle aus Fiberglas in verschiedenen Posen bestellt werden konnten.

Die Kombination aus Kunst, Sponsoring und Stadtmarketing machte weltweit Schule. 1999 fand in Chicago eine «Cows On Parade» statt, im Jahr 2000 fand eine ähnliche Aktion in New York statt, 2009 gab es eine «Cow Parade» in Madrid. In Berlin wurde die Idee ebenfalls übernommen und 2001 zur Aktion «Buddy Bear» adaptiert, bei der lebensgrosse Kunststoffbären die Stadt bevölkerten.

Was aus den Figuren wird, ist noch unklar

Diese Idee hat wiederum Zürich im Jahr 2005 mit dem «Teddy-Summer» übernommen. Mehr als 500 bemalte Teddybären, ebenfalls von Seeburger gestaltet, waren sowohl in der City als auch am Flughafen zu sehen. Die Kuscheltiere sollten das Image von Zürich als sympathische und fröhliche Erlebnisstadt weiter stärken, hiess es damals.

Die Teddys versetzten allerdings nicht alle in eitel Freude und wurden von Kritikern als eine «Verschandelung des öffentlichen Raums» bezeichnet. Insbesondere die Domina-Figur sorgte damals für Wirbel.

Die Freude an den Kreationen überwiegte allerdings, und am Ende der Sommeraktionen wurden sowohl Kühe als auch Teddys versteigert. Einige von ihnen sind noch immer in Zürich und anderswo zu sehen.

Was nach der Sommeraktion 2027 mit den Wildtier-Figuren geschehen wird, ist noch unklar. Sicher ist, dass die Naturprodukte verwirten werden und nicht wie die Kunststoffkühe noch 30 Jahre später unverändert in einem Garten grasen können.

Fan lanciert Tippspiel – dann melden sich die Zünfte

Sechseläuten Ein Zürcher baut eine Website, um die Brenndauer des Schneemanns zu schätzen. Lange war sie nicht online, da der Böögg markenrechtlich geschützt ist.

Er meinte es nur gut. Als Fan des Sechseläutens wollte Konstantinos Georgiou eine Internetseite ins Leben rufen, auf der man die Brennzzeit des Böögg hätte schätzen können. Der Name der Website: Boeoeeggziit.ch.

Bereits in seinem Umfeld bei einem Medienunternehmen hatte der Zürcher die Schätzungen der Mitarbeitenden eingeholt. Nach der Explosion des Kopfes wurden die Zeiten im Team verglichen und der Sieger oder die Gewinnerin erkoren. Kleiner Aufwand, viel Spass. Warum also nicht aus dieser Idee eine Plattform entwickeln?

Also setzte sich der 41-jährige hin, entwarf ein Logo mit einem brennenden Böögg neben einer Taschenuhr, textete die Website, erklärte die Spielregeln, richtete

Anmeldungsformulare für Namen und Schätzzeiten ein.

60 Stunden Arbeit investierte er in sein kleines Herzensprojekt. Am 24. Februar versickerte eine Pressemitteilung, um seine Website vorzustellen. Bereits am 16. Februar sendete er handsignierte Briefe an alle Zünfte, um auch diese zu informieren und für die Internetseite zu begeistern.

Aus Bööggzeit wird Züri-Orakel

Am 3. März erhielt er die Antwort des Zentralkomitees der Zünfte Zürich (ZZZ). Das Komitee, so sagt es Georgiou am Telefon mit dieser Redaktion, habe seine Idee zwar geschätzt, ihn aber darauf hingewiesen, dass das Verwenden der Begriffe «Böögg» und

«Sechseläuten» markenrechtlich geschützt sei. Victor Rosser, Mediensprecher des ZZZ, bestätigte dies auf Anfrage. Georgiou musste Boeoeeggziit.ch deaktivieren.

Tatsächlich findet man auf der Homepage des ZZZ den Hinweis auf diese Regulierung: «Sechseläuten und Böögg sind sowohl als CH-Wortmarke als auch als CH-Wortbildmarke im Markenregister des IGE eingetragen und damit geschützt.»

Diesen Zusatz im Impressum und das dazugehörige Markennutzungsreglement habe er schlicht übersehen, sagt Georgiou. «Nie im Leben hätte ich damit gerechnet, dass diese Allgemeinbegriffe markenrechtlich geschützt sein könnten.» Aber er könne die Einwände des Komitees nachvollziehen. Zum Ver-

hältnis mit dem ZZZ sagt er: «Wir konnten uns im Guten einigen.»

Also verabschiedete sich Konstantinos Georgiou von der Website Boeoeeggziit.ch, verzichtete auf die Wörter «Böögg» und «Sechseläuten», textete und baute seine Seite um und designierte ein neues Logo: ein Fuchs neben einer Taschenuhr. Seine neue Website Zueriorakel.ch listet jetzt «eine digitale Plattform für Schätzspiele rund um besondere Ereignisse in Zürich».

Zukünftig könnten dort zum Beispiel auch Laufzeiten beim Züri-Marathon geschätzt werden, sagt Georgiou. Auf Züri-Orakel macht jetzt aber erst mal «ein bekanntes Zürcher Ereignis im April» den Auftakt.

Jean-Marc Nla

Elf Gemeinden wollen kriselndes Spital Wetzikon mit Zusatzkrediten retten

Nach dem Nein aus Bubikon Vergangenen November entschieden die Aktionärgemeinden des Spitals Wetzikon über eine Kapitalerhöhung von 50 Millionen Franken. Elf der zwölf Gemeinden sprachen das Geld, um das kriselnde Spital zu retten. Nur aus Bubikon kam ein Nein. Das hatte zur Folge, dass 3,1 Millionen Franken für die finanzielle Sanierung fehlten.

Die übrigen Aktionärgemeinden mussten sich einen Plan überlegen, wie der fehlende Betrag aufgetrieben werden könnte. Nun haben sie eine Lösung gefunden. Wie die Gemeinden in einer Mitteilung schreiben, soll die Differenz von gut 3,1 Millionen Franken mittels Zusatzkrediten ausgeglichen werden.

Kredite gemäss Beteiligung

Die Aktionärgemeinden werden sich gemäss ihren Aktienanteilen am fehlenden Betrag beteiligen.

Die genaue Höhe der Zusatzkredite in den einzelnen Gemeinden steht aber noch nicht fest. Die beantragten Kredite könnten höher ausfallen, als es durch den Aktienanteil gegeben sei. Dies, um zu verhindern, dass eine allfällige Ablehnung erneut zu einer Differenz führt. Die Kredite würden als Kostendach formuliert. Somit würde in jedem Fall nur so viel Steuergeld wie notwendig ausbezahlt, wie die ursprünglich definierten 50 Millionen Franken zu erreichen.

Spätestens Mitte April werde die genaue Höhe der jeweiligen Kredite bekannt sein. In Fischenthal und Seegraben liegt die Zustimmung zum Zusatzkredit in der Kompetenz des Gemeinderats, in Wetzikon entscheidet das Stadtparlament. Die anderen Gemeinden werden an der Gemeindeversammlung über das Geld abstimmen können. (Iny)