

Bericht	Geschäftsbereich	Kultur und Sport & Sicherheit und Ordnung
	Ressort / Stadtbetrieb	Stadtbetrieb 215 - Zoologischer Garten
	Bearbeiter/in Telefon (0202) E-Mail	Jochen Witjes 563 3638 jochen.witjes@stadt.wuppertal.de
	Datum:	04.09.2024
	Drucks.-Nr.:	VO/1077/24 öffentlich
Sitzung am	Gremium	Beschlussqualität
11.09.2024	Ausschuss für Kultur	Entgegennahme o. B.
Zoo Wuppertal – Änderung des Corporate Designs		

Grund der Vorlage

Der Zoo Wuppertal beabsichtigt, sein Corporate Design zu erneuern und auf alle Ebenen auszuweiten.

Beschlussvorschlag

Entgegennahme o.B.

Unterschrift

Nocke

Begründung

Der Zoo Wuppertal befindet sich seit mehreren Jahren in einem intensiven Entwicklungsprozess, mit dem Ziel, sich zu einem Arten- und Naturschutzzentrum des 21. Jahrhunderts zu transformieren. Diese Entwicklung entspricht den Anforderungen des europäischen Dachverbands der wissenschaftlich geleiteten Zoos sowie des Welt-Zoo-Verbandes und wird bereits in großen Teilen im Wuppertaler Zoo umgesetzt.

Ein wesentlicher Bestandteil dieser Transformation ist der umfassende Ausbau der Bildungsangebote für die Gäste. Besonderes Augenmerk soll zukünftig darauf gelegt werden, das Engagement des Zoos im Bereich Arten- und Naturschutz effektiver zu kommunizieren.

Derzeit verwendet der Zoo ein Corporate Design, das viele Kommunikationsbereiche nicht abdeckt und seit Jahren den aktuellen Entwicklungen nicht angepasst wurde. Insofern ist es

als veraltet anzusehen. Insbesondere in wichtigen Bereichen wie den Informationstafeln fehlt ein einheitliches Design- und Kommunikationskonzept. In modernen Kommunikationskanälen wie Social Media und digitalen Medien ist es entscheidend, flexibel und ansprechend zu kommunizieren. Ein neues Corporate Design ermöglicht es, aktuelle Trends aufzugreifen und kreative Inhalte zu produzieren, die in digitalen Kanälen geteilt werden können. Dadurch kann der Zoo eine breitere Reichweite erzielen und jüngere Zielgruppen ansprechen.

Das neue Corporate Design soll die Werte des Zoos visuell unterstreichen und die Botschaft transportieren, dass der Zoo nicht nur ein Ort der Erholung, sondern auch im Wesentlichen ein Ort des Lernens und des Engagements für den Naturschutz ist. Die drei wesentlichen Grundpfeiler des Zoos – Forschung, Artenschutz und Bildung – sollen dabei deutlich intensiver kommuniziert werden.

Ein modernes, durchgängiges Corporate Design steigert die Wiedererkennung des Zoos in der Öffentlichkeit und zieht neue sowie bestehende Besuchergruppen an. Ein klarer, einheitlicher Auftritt über alle Medien hinweg (Website, Social Media, Printmaterialien) fördert das Gefühl der Vertrautheit und verstärkt die Bindung der Gäste an den Zoo und die gesamte Stadt Wuppertal.

Ein harmonisches und ansprechendes Design trägt zudem zur Gesamtatmosphäre des Zoobesuchs bei. Wenn alle Elemente – von den Schildern über die Website bis hin zu Merchandising-Präsentationen – miteinander verbunden sind, verbessert sich das Gesamterlebnis der Gäste erheblich. Dadurch entstehen positive Erinnerungen, die die Wahrscheinlichkeit eines erneuten Besuchs sowie die Übereinstimmung der Gäste mit den Werten und Zielen des Zoos erhöhen.

Fazit

Ein neues Corporate Design für den Zoo Wuppertal bietet zahlreiche Vorteile, die sowohl die Außenkommunikation als auch das gesamte Besuchererlebnis nachhaltig verbessern. Durch die Stärkung der Markenidentität, die gezielte Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen und die klare Vermittlung von Werten erhöht der Zoo seine Attraktivität und übernimmt eine wichtige Rolle in der Bildung für nachhaltige Entwicklung. Ein Investment in ein innovatives Corporate Design ist daher nicht nur strategisch sinnvoll, sondern auch richtungsweisend für die positive Entwicklung des Zoos.

Klimacheck

Hat das Vorhaben eine langfristige Auswirkung auf den Klimaschutz und/oder die Klimafolgenanpassung?

neutral /nein

ja, positive Auswirkungen

ja, negative Auswirkungen

Begründung: Keine Auswirkungen

Kosten und Finanzierung

Die Kosten für die Umsetzung werden vollumfänglich aus dem Budget des Zoologischen Gartens getragen. Sofern die zur Verfügung stehenden Mittel für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit nicht auskömmlich sind, werden die dem Zoo zur freien Verfügung stehenden Mittel aus Spenden herangezogen.

Zeitplan

Start im Laufe des Jahres 2025, stückweise Umsetzung