



Tierschutz.
Weltweit.

EPONA

Allg. Tierversicherungsgesellschaft AG

z.Hd. Geschäftsleitung

Avenue de Béthusy 54

1012 Lausanne

Zürich, 14. Juli 2025

Epona Werbung in den sozialen Medien

Sehr geehrte Damen und Herren

Die Tierschutzorganisationen VIER PFOTEN und die Stiftung für das Tier im Recht (TIR) haben Kenntnis, über die in den sozialen Medien geschaltete Werbung von Epona erhalten. Sowohl aus tierschutzrechtlicher als auch aus tierethischer Sicht sehen wir die Auswahl der Sujets kritisch. Gerne möchten wir dies kurz anhand einiger Gesichtspunkte begründen und Sie anschliessend bitten, diese Aspekte künftig bei Ihrer Werbung zu berücksichtigen.

Das Schweizer Tierschutzgesetz (TSchG) legt in Art. 4 Abs. 2 fest, dass niemand einem Tier ungerechtfertigt Schmerzen, Leiden oder Schäden zufügen, es in Angst versetzen oder in anderer Weise seine Würde missachten darf. Insbesondere das Misshandeln, Vernachlässigen oder unnötige Überanstrengen von Tieren ist verboten. Gerade der Schutz der Tierwürde stellt eine tragende Säule des Tierschutzrechts dar (siehe Art. 3 lit. a TSchG). Die Achtung der Würde geht dabei weit über das Verbot des Zufügens von Schmerzen, Leiden, Schäden und Ängsten hinaus und schützt Tiere insbesondere auch vor Erniedrigungen, vor Eingriffen in ihr Erscheinungsbild oder ihre Fähigkeiten und vor übermässiger Instrumentalisierung. Die Missachtung der Tierwürde gilt als Tierquälerei und spielt unter anderem in der Werbung mit Tieren (lächerlich machen, erniedrigen) eine Rolle.

Die für Ihre Werbung verwendeten Bilder von „Nala“, „Bobby“ und „Fredy“ zeigen Tiere in unnatürlichen, vermenschlichten Positionen, aus denen sie sich mehrheitlich selbst nicht mehr befreien können. Die Verbreitung der entsprechenden Bilder bezweckt die Unterhaltung und Bepossung der Kundinnen und Kunden durch lächerliche Darstellungen der Tiere.

Darüber hinaus sehen wir die Verwendung von Rassen, wie beispielsweise in Ihrem Fall der fliegende Chihuahua „Nala“, die unter starken zuchtbedingten Belastungen leiden, für Werbezwecke kritisch und vor allen Dingen als ethisch nicht vertretbar.

Von Qualzucht (auch Extrem- oder Defektzucht genannt) wird gesprochen, wenn aufgrund der angestrebten Zuchtziele damit gerechnet werden muss, dass bei den Elterntieren oder ihren Nachkommen Schmerzen, Leiden, Schäden oder Verhaltensstörungen auftreten. Dabei werden – meist aus rein wirtschaftlichen oder ästhetischen Gründen – bestimmte Merkmale züchterisch so sehr verändert, dass dies für die Tiere mit erheblichen körperlichen Beeinträchtigungen verbunden ist und ihnen das Ausleben grundlegender Bedürfnisse stark erschwert oder gar verunmöglicht.

Chihuahuas gehören nicht zu den typischen brachyzephalen Rassen (kurzer Fang in Relation zur Länge des Oberkopfs), können aber dennoch brachyzephalie Merkmale aufweisen – insbesondere dann, wenn sie auf ein besonders kurzes, rundliches Köpfchen und eine sehr kurze Schnauze gezüchtet wurden. Diese Rassen haben mit verschiedenen gesundheitlichen Problemen zu kämpfen, wie Gebiss- und Kieferanomalien, Atemwegsverengungen und -beschwerden, gestörte Temperaturregulation, hervorquellen der Augäpfel und dadurch verursachte Augenbeschwerden, Fehlbildungen der Kiefer und des Gebisses und Missbildungen der Schädeldecke. Die Kleinwüchsigkeit bringt ausserdem noch weitere Belastungen mit sich, wie Knochen- und Gelenkprobleme, Kniescheibenverlagerungen, Unterzuckerung, Geburtskomplikationen und Entwicklungsstörungen. Gerne verweisen wir Sie für weitere Information zu zuchtbedingten Belastungen auf die Merkblätter in der Datenbank des Qualzucht-Evidenz-Netzwerkes "QUEN" (www.qualzucht-datenbank.eu.)

Auch wenn dafür keine echten Tiere zum Einsatz kamen, sondern es sich um digital erstellte Bilder handelt, kann die Verbreitung der entsprechenden Bilder einen Nachahmungseffekt erzeugen und damit weitere Tiere in unangenehme oder gar gefährliche Situationen bringen. Ausserdem ruft der Einsatz von Rassen wie die des Chihuahuas bei potenziellen Käuferinnen und Käufern den "Jöö-Effekt" hervor, was zu unüberlegten Anschaffungen führen kann. Denn die breite Gesellschaft ist sich trotz jahrelanger Aufklärung durch Wissenschaft und Tierschutzorganisationen noch immer nicht über die Konsequenzen einer solchen Zucht für das Tier und den künftigen Tierhaltenden bewusst.

Wir bitten Sie daher zum Wohl der Tiere, solche Zuchten durch Ihre Werbemassnahmen künftig nicht mehr zu fördern. Wenn Sie auch in Zukunft auf die Symbolkraft eines Tieres setzen möchten, empfiehlt es sich, auf typische Rassebilder zu verzichten und sich solcher

zu bedienen, die grösstenteils von der Natur geschaffen wurden – nämlich Mischlinge, die nicht weniger "herzig" sind. Und letztlich ist es aus tierethischer Sicht nicht vertretbar, solche Fotos zur Generierung von Klicks oder Reichweite zu verwenden. Auch wenn wir das Augenzwinkern hinter der Werbekampagne verstehen, könnte diese unerwünschte Folgen für das Tierwohl haben. Vor diesem Hintergrund sollte von der Veröffentlichung solcher Werbesujets künftig abgesehen werden.

Für eine Stellungnahme sind wir Ihnen dankbar; gerne stehen wir Ihnen auch für Rückfragen zur Verfügung. Besten Dank für Ihre Bemühungen.

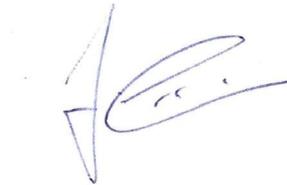
Freundliche Grüsse

Stiftung für das Tier im Recht (TIR)



Mag. Iur. Bianca Körner
Rechtswissenschaftliche Mitarbeiterin

VIER PFOTEN – Stiftung für Tierschutz



Janine Cirini
Campaignerin

Beilage:

- Werbung Epona

