

# A DOG NAMED JIMMY

Jimmy Choo ist der wohl berühmteste Bullterrier auf Instagram. Er stand für Porsche vor der Kamera und hat eine eigene Kollektion bei der Schuhmarke Jimmy Choo. Wie ist das Leben als Influencer mit Hund? Unsere Reporterin Lisa Pausch hat Hundehalter Rafael Mantesso in Brasilien begleitet

von Lisa Pausch



**D**as alles sei nur Jimmy zu verdanken, erklärt mir Rafael Mantesso und zeigt auf 250 aufeinandergetürmte Säcke Hundefutter. In einer wenig belebten Seitenstraße im Süden von São Paulo – mit 21 Millionen Einwohnern die größte Metropolregion in Lateinamerika – verfrachten fünf Männer diese vier Tonnen von einer Lagerhalle in einen Truck: Es ist eine Spende für ein Hundenheim in einer ländlich gelegenen Kleinstadt, ein Ehepaar versorgt dort mehr als 400 ehemalige Straßenhunde. „Ich kann mir das nur leisten, weil ich Jimmy habe“, sagt Rafael Mantesso. Der 36-Jährige ist Mitarbeiter einer Werbeagentur und trägt Großstadtchic: eine dunkle Hornbrille und farbbekleckerte Sneaker („vom Malen“) zu tattooedruckten Armen. Auf Instagram wird von der Spende nichts zu sehen sein, kein Link, kein Foto. „Ich möchte nicht, dass das so aussieht, als wolle ich mich darstellen“, erklärt er. „Aber von dem Geld, das wir einnehmen, soll immer auch etwas zurückfließen.“

## Wie alles begann ...

Hätte er Jimmy nicht gehabt, wäre Mantesso wohl nicht aus seiner Heimatstadt Belo Horizonte in die Megametropole São Paulo gezogen, hätte keine Werbekampagnen gedreht und jetzt auch kein Arbeitsvisum als Künstler für die USA in Aussicht. „Das ist das Beste an sozialen Netzwerken“, sagt er, „diese Gemeinschaften, die sich auf der Grundlage von gleichen Interessen entwickeln.“ Im vergangenen Jahr lief eine Kampagne mit einer internationalen Hundefuttermarke. Er machte auf Instagram Werbung für die Marke, und im Gegenzug gingen zehn Prozent aller Einkäufe von Futter dieser Marke in den Läden einer lokalen Tierbedarfskette an eben dieses Hundenheim. Die Geschichte hinter Jimmy ist fast so schön wie traurig. An seinem 30. Geburtstag wird Rafael Mantesso von seiner Frau verlassen. Sie hatte dem Hund seinen Namen gegeben, Jimmy Choo, so wie ihre Lieblingsschuhmarke. Sie leert die gemeinsame Wohnung, nur Jimmy bleibt zurück. Gleichzeitig geht Mantessos Restaurant pleite und ihm wird ein leichtes Asperger-Syndrom diagnostiziert, eine Form von Autismus. Auf einmal kann er sich



**Was tun in einer leeren Wohnung, nur mit Hund Jimmy an der Seite? Malen und fotografieren**

vieles erklären: die Kontaktschwierigkeiten, die Angst vor Menschenmengen oder „Smalltalk“. Die Wände seiner Wohnung sind leer und trist. Mantesso spannt eine breite Papierrolle auf und beginnt zu zeichnen. Dann setzt er Jimmy ins Bild und macht ein Foto. Die Ergebnisse lädt er auf Instagram hoch – mit Erfolg. Eines seiner ersten Bilder mit Jimmy zeigt den Bullterrier langgestreckt auf dem Bauch liegend, den Kopf im Profil zum Betrachter geneigt. Vom Unterbauch abwärts hält Rafael mit einer Hand die gezeichnete menschliche Version eines nackten Hinterteils mit Beinen ins Bild.

## Prominente Unterstützer

Den entscheidenden Anstoß für Jimmys Karriere gibt – wohl ohne es zu wissen – der US-amerikanische Schauspieler Ashton Kutcher. Er teilt ein Foto von Jimmy. Heute hat Rafael Mantesso mehr als 600.000 Follower. Menschen, die wie er Bilder von ihren Haustieren im Netz teilen, werden in der Szene auch Petfluencer genannt. Die Werbeindustrie hat ihr Potenzial schon lange erkannt. „Gleich nach Babys und hübschen Frauen erzielen Hunde und Katzen in der Werbung die höchste Aufmerksamkeit und Sympathie beim Zuschauer“, >>

**Für die Fotos muss Jimmy immer nur ganz kurz stillhalten**



erläuterte Dörte Sprengler-Ahrens das Phänomen in einem Beitrag der „Süddeutschen Zeitung“, sie ist Kreativchefin der Agentur Jung von Matt. Mantesso ist selbst Werbeprofi und bringt Foto, Design und Humor zusammen. Er fotografiert seinen Hund immer vor weißem Hintergrund. Mal malt er Jimmy eine Pfote mit Mikrophon, mal trägt er eine Afro-



perücke oder den zweifarbigen Blitz à la Ziggy Stardust „natürlich nicht mit echter Farbe, sondern mit Photoshop“, versichert er. Seine Bilder sind anrührend, witzig und für jedermann verständlich. Der größte Teil der Arbeit entstehe dabei im Kopf. „Wenn ich Jimmy fotografiere, dauert das nur ein paar Minuten. Länger sitzt er nicht still.“ Auf einem Foto hat Jimmy einen Haufen Spaghetti auf dem Kopf, natürlich kalt und getrocknet, sie wirken wie eine blonde Perücke. „Das Schwierigste war, Jimmy davon abzuhalten, sofort alle Nudeln zu fressen.“ Sein Geheimnis liege mitunter darin, auf aktuelle Ereignisse zu reagieren. „Da kommt wohl wieder der Mensch aus der Werbung in mir hoch“, überlegt er. Als sich im vergangenen Jahr das Bild „Girl With Balloon“ des Graffiti-Künstlers Banksy während einer Versteigerung in London selbst zerstörte – es lief durch einen im Rahmen verborgenen Schredder am unteren Bildrand und war als Kritik am Kunstmarkt gedacht – da stellte Mantesso die Situation mit einem Bild von Jimmy nach.

## Eine steile Karriere

Darüber, was er selbst mit Jimmy verdient, redet Mantesso ungern: „Das schürt falsche Erwartungen, dann denken die Leute, sie müssen sich nur einen Bullterrier kaufen und schon verdienen sie Geld. So ist das auch nicht.“ Aber seine Auftraggeber sprechen für sich: Neben Kampagnen für Jimmy Choo und Porsche, Werbeverträgen mit Netflix und Universal, Sprite, Pedigree und Donatella Versace ist Jimmy heute Protagonist in einem Bilderbuch, das auch ins Deutsche übersetzt wurde, es gibt Tassen, Kissen, Spielkarten oder Kalender zu kaufen.

„Das Potenzial von Rafael Mantesso steckt vor allem in seiner Originalität sowie der grafischen Qualität“, sagt Gian Marco La Barbera. Er ist COO der brasilianischen Werbeagentur Iffruit Digital, die sich auf die Vermarktung von Influencern spezialisiert hat. „Profile wie seines können heute zwischen 500 und 1500 Dollar pro Post verdienen.“

Der Influencer hat in den Jahren einige lukrative Anfragen abgelehnt. Ein US-Sender schlug ihm vor, eine Homestory zu drehen, in der er und seine Exfrau wieder zusammenfinden sollten. Ein US-Amerikaner wollte Jimmy gar für 100.000 Dollar kaufen. Auf dem Gipfel des Erfolgs vor drei Jahren habe er noch bis zu 16.000 Mails pro Tag bekommen, sagt Mantesso, inzwischen sind es nur noch um die fünfzig. Er arbeite mit Pressevertretern zusammen, nichtsdestotrotz sitze er für die Arbeit rund um Jimmy bis zu vier Stunden täglich am Computer. >>



Mantesso hat Jimmy auf einem überdimensionalen Gemälde an einer Hauswand im Stadtteil Pinheiros in São Paulo verewigt

# #ELENÃO



## Positiven Einfluss nehmen

Die schönste Nachricht, die er überhaupt bekommen habe, landete im Jahr 2015 in seinem Postfach. Sie kam aus London, vom Präsidenten des Kennel Clubs, dem weltweit ältesten Dachverband für Hundezüchtervereine in London.

Der Bullterrier steht in vielen europäischen Ländern auf der Liste der verbotenen Hunderassen. Auch in Deutschland wird er als „gefährlich“ eingestuft und ist laut dem Hundeverbringungs- und -einfuhrbeschränkungsgesetz (HundVerbrEinfG) verboten. Halter müssen eine Erlaubnis haben, Auflagen erfüllen und ein besonderes privates oder öffentliches Interesse an der Haltung nachweisen.

Die Geschichte der Rasse beginnt vor 300 Jahren in England, Bulldoggen wurden mit Terriern gekreuzt und für grausame Hundekämpfe in die Arena geschickt. Im Arbeiter-Milieu galten die kleinen, muskulösen Tiere als Statussymbol, sie wurden dazu erzogen zuzupacken und nicht mehr loszulassen. Dabei belegen Studien: Die als „gefährlich“ eingestuft Hunde sind nicht aggressiver als andere Hunde. In ihrer Dissertation an der Freien Universität Berlin stellt die Tierärztin Kathrin Roiner fest: „(...) auch eine Reglementierung von bestimmten Hunderassen führt nicht zu einer Reduzierung von Beißvorfällen (...).

24 DOGStoday 5/2019

Beißvorfälle ereignen sich ganz offensichtlich nicht aufgrund einer Rassezugehörigkeit. Die Bundestierärztekammer fordert seit Jahren die Abschaffung von Rasselisten, da die Gefährlichkeit eines Hundes durch äußere Einflüsse wie Erziehung und Haltung bedingt ist und darum nur individuell zu beurteilen ist.“ Sinnvoller seien Hundeführerscheine für alle Hundehalter. Der Präsident des englischen Verbands der Züchtervereine meldete sich also bei Rafael Mantesso, um sich zu bedanken. Seine Arbeit hätte das Ansehen des Bullterriers nachhaltig gewandelt. „Er hatte ein Tierheim in London und schrieb mir, dass alle 35 Bullterrier dort innerhalb von zwei Wochen adoptiert worden waren. Vier Hundehalter schrieben ihm, sie wollten ihren registrierten Bullterrier in Jimmy umbenennen.“

## Schattenseiten des Ruhms

Aber auch mit Hasskommentaren muss Mantesso umgehen können. Sobald ein Post nur eine politische Note trägt, verliert er jedes Mal zwei- bis dreitausend Follower. Brasilien ist politisch tief gespalten. Seit Januar 2019 ist der rechtsextreme Jair Bolsonaro an der Regierung. Im September 2018 läuft dessen Wahlkampf und Rafael Mantesso postet ein Bild von Jimmy, er legt sich die Pfoten über die Augen. Daneben ein Hashtag: #EleNÃO. Er bedeutet: Nein zu Bolsonaro. Sein Visum für die USA hat Mantesso sich auch als „Garantie“ geholt. „Wenn das hier schlechter wird unter Bolsonaro, dann gehe ich.“

Für Außenstehende mag das Instagram-Profil wie ein Tagebuch wirken, wie ein Ergebnis aus spontanen kreativen Ergüssen. Doch das Internet kennt kein Stop, keinen Vertrag, keine Urlaubszeiten. Wer nicht



Fotos: Rafael Mantesso, Lisa Pausch (1)

liefert, wird uninteressant. „Die Sozialen Medien sind die Hölle“, sagt Mantesso, „obwohl ich keinen Vertrag habe, fühle ich mich dazu verpflichtet, immer einen neuen Post zu machen, die Leute warten darauf.“ Der Druck dahinter mache ihn müde. Im Mai hat er sich dazu entschieden, Jimmy nicht mehr im Studio zu fotografieren. Auf Instagram schreibt er dazu: „Es war immer eine gute Zeit, er liebt das Fotografieren, aber wir genießen unsere Zeit deutlich mehr ohne den Druck der Sozialen Medien, ohne Marken, Treffen, Produkte.“ Die Arbeit soll einen neuen Rhythmus bekommen, die Bilder sollen von nun an Jimmys Leben dokumentieren.

## Rücksicht auf Jimmy

Vor drei Monaten wollte Rafael Mantesso das Profil noch für eine Reise nach Patagonien, in den südlichsten Teil Argentiniens nutzen. Dort sollte ein Film entstehen: „Mit Jimmy bis ans Ende der Welt“. Eigentlich war alles geplant, Sponsoren gefunden, in diesem Jahr sollte es losgehen. „Die Reise habe ich abgesagt. Das wäre zu viel für Jimmy. Bei der Kälte nehmen seine Schmerzen zu.“ Jimmy ist alt geworden über die Jahre, er leidet unter Arthrose. Was wäre, wenn Jimmy nicht mehr da ist? Immer



wieder thematisiert Mantesso in seinen Posts die Angst vor Jimmys Tod. Bevor er kastriert wurde, ließ Mantesso das Sperma einfrieren. Daraus sollte irgendwann ein neuer Jimmy entstehen. Leute wollten Sperma kaufen. Vor zwei Jahren ließ Mantesso es dann vernichten. „Ich ziehe es vor, dann eine Zeit ohne Hund zu leben“, sagt Mantesso. So einen wie Jimmy gibt es eben nur einmal. 🐾

# Arzneimittel speziell für Tiere!

Achten Sie auf den Zusatz **ad us. vet.**

**Traumeel**  
ad us. vet.

100 Tabletten  
Für Hunde, Katzen  
Zum Eingeben

**Solidago  
compositum**  
ad us. vet.

10 Injektionen je 2,5 ml  
Für Hunde, Katzen, Kleintiere, Reptilien  
Flüssige Verdünnung zur Injektion  
Für 10, 15, 18, 20 kg Körpergewicht

**Zeel**  
ad us. vet.

100 Tabletten  
Für Hunde, Katzen  
Zum Eingeben

**Engystol**  
ad us. vet.

100 Tabletten  
Für Hunde, Katzen, Pferde, Kleintiere  
Zum Eingeben

**Natürlich. Wirksam. Verträglich.**