STOPPT DEN PELZHANDEL!

Hintergründe und Informationen zur Pelzindustrie

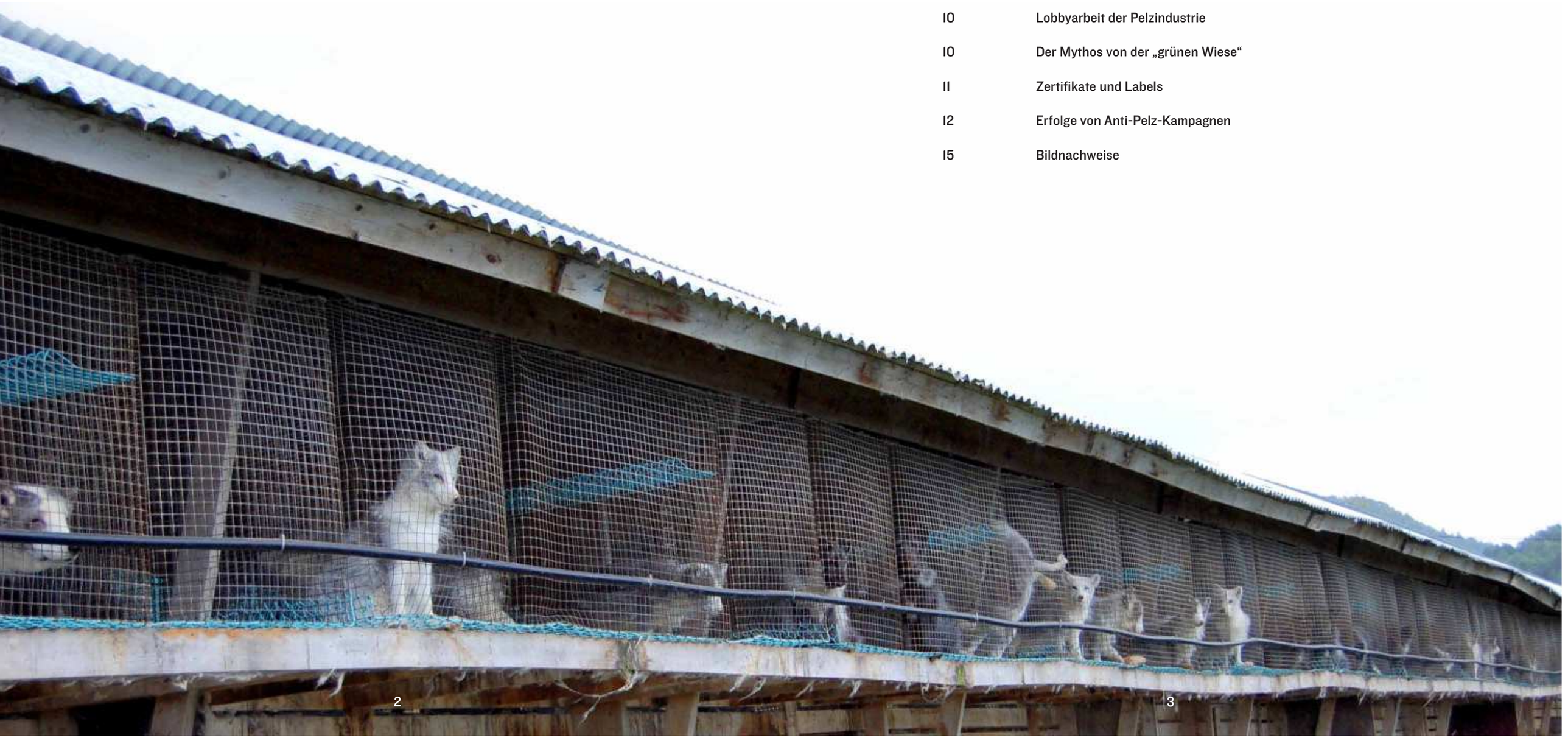
OFFENSIVE GEGEN DIE PELZINDUSTRIE

Impressum:

Herausgegeben von der
Offensive gegen die Pelzindustrie
c/o Tommy Weißbecker Haus
Wilhelmstrasse 9
10963 Berlin

info@offensive-gegen-die-pelzindustrie.net
www.offensive-gegen-die-pelzindustrie.net

2015



Inhaltsverzeichnis

4 Einleitung

5 Wer ist die Offensive gegen die Pelzindustrie?

6 Nerze

7 Füchse

8 Kaninchen und Lamm

9 Fallenjagd

10 Lobbyarbeit der Pelzindustrie

10 Der Mythos von der „grünen Wiese“

11 Zertifikate und Labels

12 Erfolge von Anti-Pelz-Kampagnen

15 Bildnachweise

Einleitung

Das Verhältnis von Menschen zu Tieren, ihre Nutzung und Behandlung sind heutzutage in aller Munde. „*Dürfen wir Tiere für unsere Zwecke töten?*“, lautet eine vielgestellte und umstrittene Frage.

Auch um das Thema ‚Pelz‘ wird – trotz der Erfolge der letzten 30 Jahre – weiterhin gestritten. Die Offensive gegen die Pelzindustrie (OGPI) hat sich in der Vergangenheit auf verschiedenen Wegen für ein Ende der Haltung und Ermordung von Tieren für „Pelz“ eingesetzt. AdressatInnen waren dabei insbesondere Waren- und Modehäuser sowie Modehersteller, die sich durch die Produktion und den Verkauf von Pelzprodukten am Pelzhandel beteiligten. Zahlreiche unter ihnen konnten durch Informationen oder Proteste davon überzeugt werden, dieses Geschäft zu beenden und eine pelzfreie Unternehmenspolitik anzunehmen.
„Pelz“ ist die Haut getöteter Tiere, zumeist verarbeitet zu Kleidung oder anderen Accessoires. Die Bedingungen, unter denen diese Tiere leben und sterben, sind in der Öffentlichkeit kaum sichtbar. Sie sichtbar zu machen bildet deshalb den Schwerpunkt dieser Broschüre.
Beginnend mit einer kurzen Vorstellung der Offensive gegen die Pelzindustrie, ihrer Ziele und Arbeitsweise folgt in der Gegenüberstellung von Tieren in Freiheit und Gefangenschaft eine Beschreibung der Haltungsbedingungen. Dabei wird ein Aspekt in den Fokus gerückt, der für die OGPI der wichtigste ist: die Perspektive der einzelnen Individuen, die für die Mode sterben müssen. In letzter Zeit gewinnt die Verwendung von Lamm- und Kaninchenfellen einen immer größeren Stellenwert in der Pelzindustrie, weshalb diesem Thema ein eigener Artikel gewidmet ist. Da nicht alle Pelze aus Pelzfarmen stammen, folgen Ausführungen zur Fallenjagd und zur Jagd im Allgemeinen. Die Pelzindustrie versucht der Ablehnung von Pelz in der Gesellschaft etwas entgegenzusetzen und Rechtfertigungsstrategien für ihr Handeln in die Öffentlichkeit zu tragen. Darüber hinaus treten Interessensverbände der Pelzindustrie auch an Unternehmen heran und versuchen, diese davon zu überzeugen, weiterhin am Pelzhandel festzuhalten. Die verschiedenen Strategien der Pelzindustrie, Pelz wieder beliebter zu machen, werden deshalb in einem separaten Artikel thematisiert. Einen eindrucksvollen Überblick der bisherigen Ausstiege von Unternehmen aus dem Pelzhandel zeigt die Liste der Erfolge von Anti-Pelz-Kampagnen.
Die vorliegende Broschüre richtet sich zum einen an (noch) pelzverkaufende Unternehmen und will diesen Informationen an die Hand geben, um die Entscheidung für eine pelzfreie Unternehmenspolitik zu erleichtern. Sie richtet sich aber auch an die interessierte Öffentlichkeit und will über die Pelzindustrie und ihre Hintergründe in Deutschland aufklären.

Für Fragen, Anregungen und Kritik ist die Offensive gegen die Pelzindustrie unter der E-Mail-Adresse: info@offensive-gegen-die-pelzindustrie.net erreichbar.

2 Wer ist die Offensive gegen die Pelzindustrie?

Die Offensive gegen die Pelzindustrie (OGPI) ist ein Netzwerk von verschiedenen Gruppen und Einzelpersonen, das für die Abschaffung der Pelzindustrie in all ihren Erscheinungsformen (Pelztierzucht, Pelztierfang, Pelzverarbeitung/Kürschnerhandwerk, Pelzverkauf) eintritt. Als Kampagne ist sie auf Pelz bezogen, verfolgt ein bestimmtes Fernziel (Beendigung der Pelzindustrie) und mehrere Nahziele (z.B. Pelzverkaufsstopp in einzelnen Waren- und Modehäusern, Schließung sog. Pelztierfarmen).
Um diese Ziele zu verwirklichen, richtet sich die Kampagne hauptsächlich an die AdressatInnen der Pelzindustrie, z.B. Modeunternehmen, aber auch an die mit ihr zusammenarbeitenden Wirtschaftsorganisationen und Wirtschaftsbereiche, an die politischen Institutionen und an die Öffentlichkeit.
Sie informiert auch über aktuelle Entwicklungen der Pelzindustrie und sammelt und veröffentlicht Informationen über Proteste gegen Pelz.

Die OGPI versteht sich ausdrücklich als Teil der Tierrechts- und Tierbefreiungsbewegung und stellt sich damit grundsätzlich gegen die systematische und institutionalisierte Gewalt gegen Tiere in all ihren Formen, auch wenn sie sich aus strategischen Gründen hier auf die Pelzindustrie konzentriert. Sie fordert keine Reform der Tierausbeutung und somit zum Beispiel keine Reform der Pelztierhaltung, sondern deren Abschaffung. Tierbefreiung wird dabei als Bedingung und Ergebnis einer allgemeinen emanzipativen Praxis und vernünftigen Gesellschaft gesehen. Repressive, antiemanzipatorische Ideen und Praxen sind dem Selbstverständnis der OGPI entgegengestellt und finden keine Toleranz oder gar Unterstützung.

3 Gegenüberstellung von Tieren in Freiheit und Gefangenschaft

Das Leben von sogenannten Pelztieren in Freiheit ist ein ganz anderes als das, was ihnen in Gefangenschaft zugestanden wird. Neben Kaninchen, Mardern, Chinchillas und Waschbären werden insbesondere Nerze und Füchse auf Farmen gehalten.

3.1 Nerze in Freiheit und auf „Nerzfarmen“

Nerze gehören zur Familie der Marder. Sie leben in Erdhöhlen, an Flussläufen, Bächen und Seen und bauen dort auch ihre Nester. Nerze sind Wassertiere und verbringen ca. 60-80% ihrer Zeit im Wasser, klettern aber auch auf Bäume. Sie sind Einzelgänger und treffen sich mit ihren Artgenossen ausschließlich zur Paarung. Artgenossen des gleichen Geschlechts werden in den 20 Quadratkilometer großen Revieren sofort vertrieben.
Hunderte, Tausende, Zehntausende Nerze werden auf den „Nerzfarmen“ Käfig an Käfig auf engstem Raum in langen Reihen aneinander gepfercht. Im Frühjahr geboren, fristen die Tiere ihr kurzes Leben auf engstem Raum - es steht ihnen lediglich ein Drahtkäfig mit einer durchschnittlichen Bodenfläche von 30 cm x 90 cm (0,27qm) sowie eine daran angrenzende Nestbox von 20 cm x 20 cm zur Verfügung. Seit dem 12. Dezember 2012 muss sich in Deutschland die gesetzlich vorgeschriebene Mindestgröße der Käfige an der Anzahl der sich darin befindenden Tiere orientieren. Jedem Tier muss ein Quadratmeter zur Verfügung stehen, pro Käfig müssen mindestens drei Tiere gemeinsam gehalten werden. Diese Regelung wurde jedoch bisher von keiner der noch in Deutschland betriebenen Farmen umgesetzt.
Da Nerze Einzelgänger sind, ertragen sie die Nähe von Artgenossen nicht. In ihrer Verzweiflung werden sie zu Kannibalen und beginnen, sich selbst und ihre Mitinsassen zu verstümmeln. Abgebissene Ohren und Gliedmaßen und verstümmelte Schwänze sind daher keine Seltenheit. Ihr Lebenselement, das Wasser, wird ihnen, abgesehen von ihrer Trinkration, gänzlich vorenthalten.
Der physische und psychische Terror, den diese Tiere ihr Leben lang durchleiden müssen, wird besonders durch ihr Verhalten sichtbar. Stereotype Verhaltensweisen wie z.B. das ständige, apathische Hin- und Herlaufen, Selbstverstümmelungen bis hin zum Kannibalismus zeigen deutlich, welchen unvorstellbaren psychischen Torturen alle Tiere auf “Pelztier”farmen ausgeliefert sind.
Nach sieben Monaten Gefangenschaft ist ihnen im November ihr Winterfell gewachsen, auf das es die “Pelzindustrie” abgesehen hat. Dann sterben sie im Akkord durch Gas (im Fachjargon “Ernte” genannt!). Bis zu diesem Zeitpunkt sind schon 20% der Tiere aufgrund der qualvollen Lebensbedingungen und daraus resultierenden Krankheiten gestorben. Die übriggebliebenen Nerze werden nun aus ihren Käfigen gezerrt und zusammen mit mehreren ihrer Leidensgenossen in eine Kiste gesteckt, in die
dann todbringendes Gas (Kohlenmonoxid oder Kohlendioxid)
eingeleitet wird.

3.2 Füchse in Freiheit und auf „Fuchsfarmen“

Ein dem Fuchs sehr verwandtes Tier ist der Hund. Füchse sind genauso verspielt. Füchse genießen die Freiheit in gleichem Maße. Sie leben in Wäldern, deren Reviergrößen von 20 – 50 Quadratkilometern reichen und graben ihre Höhlen, in denen sie leben und auch ihre Kinder zur Welt bringen, tief unter der Erde. Füchse sind Einzelgänger, leben jedoch, wenn sie Nachwuchs erwarten oder haben, als Familien zusammen. Füchse leben in Freiheit in Revieren, deren Fläche 20 Millionen mal größer als die eines Farmkäfigs ist.
Auch Füchse werden in sog. Pelzfarmen gehalten, um ihnen nach wenigen Monaten das Fell abzuziehen und es zu “Pelz” zu machen. Sie vegetieren auf “Pelztier”farmen in Käfigen, deren durchschnittliche Bodenfläche 100 x 100 cm beträgt. Auch sie werden durch die erzwungene Nähe zu Artgenossen zu Kannibalen und zeigen weitere massive Verhaltensstörungen. Apathisch liegen sie mit starren Augen hechelnd am Gitter des Käfigs oder laufen, durch die Gefangenschaft wahnsinnig gemacht, unaufhörlich hin und her. Viele von ihnen haben jeglichen Lebenswillen verloren und verweigern sogar das Essen. Andere sitzen zitternd an der Käfigrückseite in ihrem eigenen Kot. Auch hier sterben viele Füchse, bevor der vom Menschen geplante Todeszeitpunkt kommt.
Ab November rückt der Zeitpunkt des gewaltsamen Todes immer näher. Dieser wird bei Füchsen in der Regel durch anale Stromstöße herbeigeführt: Der /die ZüchterIn packt das Tier mit einer Zange am Genick. Dann wird es gezwungen auf eine Elektrode zu beißen und eine andere Elektrode wird in seinen After geschoben. Mit schmerzhaften Stromstößen und Todesangst wird ein einzigartiges Leben ausgelöscht, damit sich Menschen “chic” fühlen können – todchic!

VIELE VON IHNEN HABEN JEGLICHEN LEBENSWILLEN VERLOREN UND VERWEIGERN SOGAR DAS ESSEN.

4. Kaninchen und Lammfell

Einige Unternehmen versuchen seit ein paar Jahren, Kaninchen- und Lammfelle nicht als Pelze darzustellen. Sie verkaufen diese Pelze weiter und stellen sich selbst als ‚pelzfrei' dar. Gerechtfertigt wird diese Verkaufsstrategie u.a. damit, dass pelzverkaufende Modeunternehmen immer wieder behaupten, diese Felle seien lediglich ein Nebenprodukt und die Tiere würden vornehmlich wegen ihres Fleisches getötet. Dem ist jedoch nicht so:
In Bezug auf Kaninchenfell zeigen Recherchen, dass der Handel mit Kaninchenpelzen wesentlich profitabler ist, als der mit Kaninchenfleisch. Den Kaninchen ergeht es dabei nicht besser als anderen Tieren, die wegen ihres Pelzes ermordet werden. Rex-Kaninchen beispielsweise werden ihren Eltern schon vier bis fünf Wochen nach ihrer Geburt entrissen, um mit ihren Geschwistern sieben bis acht Wochen in separaten Käfigen zu verbringen. Die letzte Zeit ihres kurzen Lebens sind sie schließlich völlig isoliert, um Rangkämpfe und damit eventuelle „Pelzschäden" zu vermeiden. Ganz ähnlich sieht es mit Lammfellen aus, wo gezeigt werden kann, dass bestimmte Felle zu höheren Preisen gehandelt werden als Pelze anderer Tiere. Besonders begehrt ist das Karakullammfell. Da dieses unmittelbar nach der Geburt des Tieres am weichsten ist, haben die Tiere in der Regel keine zwei Tage zu leben. Oft werden sie auch bereits als Föten aus der Gebärmutter geschnitten, was dann auch noch den Tod der Mutter zur Folge hat. Außerdem darf nicht aus den Augen verloren werden, dass auch Lammfell von KürschnerInnen verarbeitet wird und somit nicht nur maßgeblich zu deren Profit, sondern auch zur Aufrechterhaltung der Pelzindustrie beiträgt.
Nicht nur Kaninchen- sondern auch Lammfelle sind eindeutig Pelzprodukte! In den Kollektionen der Modehersteller haben sie schlichtweg andere Pelzarten ersetzt. Eine vollständig pelzfreie Unternehmenspolitik muss folglich neben dem Verzicht auf Kaninchenfell auch immer den Verzicht auf Lammfell mit beinhalten.

5. Fallenjagd

Nicht alle Tiere, deren Felle für Pelz verwendet werden, stammen aus der Tierzucht auf sogenannten Pelzfarmen. Noch immer spielt auch die Fallenjagd eine nicht unwesentliche Rolle in der „Pelzgewinnung". Die Fallenjagd wird hauptsächlich in den USA, Russland und Kanada praktiziert, sodass auch die Felle, die aus Fallenjagd stammen und in Europa verarbeitet und verkauft werden, meist Importe von dort sind.

Nicht selten wird von der Pelzindustrie behauptet, dass das Fell gefangener Tiere ethisch korrekter sei als das von auf sogenannten Farmen gezüchteten. Bei genauerer Betrachtung entpuppt sich dies jedoch als Lüge. So hat beispielsweise ein Rechercheteam von Respect for Animals zwei Jahre lang zwei Gruppen von nordamerikanischen Trappers (PelzjägerInnen, FallenstellerInnen) infiltriert und 2011 schockierendes Material veröffentlicht. Das gesammelte Film- und Fotomaterial zeigt nicht nur Füchse, Otter, Waschbären und Nerze, die in den Fallen gefangen sind, sondern auch wie diese getötet werden. Die verwendete Art von Fallen, die sogenannten Tellereisen, wurden in Europa 1995 verboten, da sie nicht den international vereinbarten „humanen Fangnormen" entsprechen. Sie sind in den USA, Kanada und Russland aber gang und gäbe. In den USA werden mittlerweile teilweise Tellereisen mit gummierten Bügeln genutzt, was dann als „human" gilt und womit das Einfuhrverbot für „inhuman gewonnene" Pelze umgangen wird. Die Tiere werden in der Falle festgehalten und verbluten, verhungern oder erfrieren, bevor sie gefunden werden. Manche Tiere beißen sich sogar Pfoten und Beine ab, um zu entkommen. Das ermöglicht ihnen zwar die Flucht, führt aber ebenfalls dazu, dass das Tier später meistens verblutet. Die FallenstellerInnen töten die Tiere meist durch Erschlagen oder Ersticken, da der Pelz so am wenigsten Schaden nimmt.

Auch andere Fallenarten, die von der Pelzindustrie als humane Tötungsmethode eingeschätzt werden, führen bei den gefangenen Tieren zu einem qualvollen Tod. Reusenfallen, die in Gewässern verwendet werden, oder die in Deutschland verbotene Schlingenfalle führen zu minutenlangen Todeskämpfen. Die Tiere ertrinken oder erwürgen sich selbst, während sie versuchen zu entkommen. Die Pelzindustrie selbst hat Untersuchungen finanziert, die heraus fanden, dass ein Biber in einer solchen Falle durchschnittlich 9,5 Minuten gegen das Ertrinken kämpft. Das Herz anderer Tiere hörte sogar erst nach 25 Minuten auf zu schlagen.
Auch die in Lebendfallen gefangenen Tiere versuchen meist zu entkommen und fügen sich dabei Verletzungen zu. Und auch auf sie wartet der Tod durch die FallenstellerInnen.
Fallen werden durch das erste Tier ausgelöst, das unglücklich genug ist, ihnen nahe zu kommen. Dabei werden neben den „erwünschten" Tieren auch sogenannte gefährdete Tierarten sowie Hunde, Katzen und andere Tiere gefangen. Die nordamerikanischen FallenstellerInnen haben einen Begriff für diese unbeabsichtigt gefangenen Tiere: Trash (Müll). Dies zeigt deutlich, was Tiere in den Augen der Pelzindustrie sind: Dinge, die gesammelt, getötet, verstümmelt oder weggeworfen werden können, je nach wirtschaftlichem Interesse. Der Fallenfang ist somit keinen Deut besser, „humaner" oder ethischer als die Zucht auf den „Pelzfarmen".

6. Strategien der Pelzindustrie

Die Pelzindustrie und ihre Lobbyverbände versuchen mit Hilfe verschiedener Strategien, Pelz wieder tragbar und hoffähig zu machen. Im Folgenden sollen hierzu einige Beispiele aufgezeigt werden und die Argumente der Pelzindustrie in Frage gestellt und entkräftigt werden.

6.1 Lobbyarbeit

Wie hinter jeder Industrie stehen auch hinter der Pelzindustrie Lobbyverbände, die versuchen, die Interessen der Industrie gegenüber der Politik durchzusetzen und VerbraucherInnen zu beeinflussen. Im Falle der deutschen Pelzindustrie sind dies insbesondere das Deutsche Pelzinstitut (DPI), die Kürschner Innungen und der Zentralverband deutscher Pelztierzüchter. Dass die eigenen Interessen stets nur auf Kosten der betroffenen und getöteten Tiere durchgesetzt werden können, spielt für die Pelzindustrie dabei keine Rolle. Um ihr blutiges Geschäft weiter betreiben zu können und ihren Berufsstand zu schützen, müssen diese der breiten Ablehnung von Pelz in der Bevölkerung etwas entgegensetzen. In den letzten Jahrzehnten ging der Trend im Pelzbusiness vor allem weg von ganzen, schweren Pelzmänteln, denen ein schlechtes Image anhängt. Stattdessen verarbeitet die Industrie immer mehr Krägen, Pelzbesätze und Applikationen. Oftmals werden diese Pelze auch gefärbt, gestutzt oder bearbeitet, sodass kaum mehr ersichtlich wird, ob es sich um Echt- oder Kunstpelz handelt. Damit gelang es der Industrie, neue Verkaufsmöglichkeiten für Pelze zu finden und die Erinnerung an die vielen Tiere, die für diese Kleidungsstücke sterben müssen, zu vernichten.

6.2 Der Mythos von grünen Wiesen und Nachhaltigkeit

Das DPI und auch die FarmerInnen versuchen den VerbraucherInnen außerdem weiszumachen, dass es den Tieren auf den Farmen gut gehe und Pelz ein ökologisches Naturprodukt sei. Felle von Kaninchen, Ziegen, Kälbern und Lämmern bezeichnet das DPI als Felle „von der grünen Wiese“. Gemeint ist dabei, dass diese aus Weide- und Stallhaltung kommen und es wird eine harmonische, natürliche Herkunft suggeriert. Das ist mehr als zynisch, denn die Zucht der Tiere ist auch hier ausschließlich auf Profit ausgerichtet und endet stets damit, dass die Tiere für ihr Fell umgebracht werden, sobald dieses die richtige Größe oder Weiche erreicht hat. Die meisten dieser Tiere bekommen in ihrem kurzen Leben niemals eine grüne Wiese zu sehen. Die vom DPI verschwiegene Realität sieht anders aus. Auf Kaninchenfarmen zum Beispiel gibt es für die Tiere keine grüne Wiese, sondern enge Käfige, in denen der Großteil der Bedürfnisse der Kaninchen nicht erfüllt werden kann. Doch auch ganz unabhängig von der Haltungsform geht Pelzproduktion immer mit der Ermordung eines Tieres einher. Wenn Pelz von der Industrie zudem als ein ökologisches Naturprodukt angepriesen wird, verschweigt diese bewusst, wie umweltbelastend die „Produktion“ von Pelz in Wirklichkeit ist. Die auf Nerzfarmen mit bis zu 40.000 Tieren anfallenden Fäkalien sind beispielsweise eine enorme Belastung für das Ökosystem, genauso wie die vielen chemischen Prozesse, die ein Fell durchlaufen muss, bevor es zu einem Mantel oder Kragen verarbeitet werden kann.

6.3 Zertifikate und Labels

Eine weitere Strategie der Pelzindustrie ist der Verweis auf Labels und Zertifikate und insbesondere die Einführung selbst erstellter Zertifikate. Hier ist vor allem das „Origin Assured“-Label (OA) zu nennen, das seit 2008 Verwendung findet und die Herkunft der Felle garantieren soll. Dieses wurde von der International Fur Trade Federation (IFTF), also dem größten internationalen Interessensverband der Pelzindustrie, zusammen mit einigen großen Pelzauktionshäusern ins Leben gerufen. Die Industrie stellt sich also selbst Labels aus, um den Anschein von Kontrolle und Qualität zu erwecken. Konkret besagt das OA-Label, dass die Felle, die mit diesem Zertifikat ausgezeichnet sind, aus Ländern stammen, in denen „nationale bzw. lokale Verordnungen oder Standards bei der Pelzproduktion in Kraft sind“. Wie diese aussehen, also beispielsweise welche Käfiggrößen vorgeschrieben sind, wie viele Tiere gemeinsam gehalten werden dürfen oder müssen und welche Qualifikationen das Personal auf den Farmen haben muss, ist dabei völlig beliebig und liegt nur in den gesetzlichen Vorgaben der Herkunftsländer. Insbesondere vor dem Hintergrund zahlreicher Recherchen von Tierrechtsorganisationen aus verschiedenen europäischen Ländern (u.a. Deutschland), in denen auch noch krasse Verstöße gegen diese geltenden Regelungen belegt und dokumentiert wurden, muss die Aussagekraft dieses Labels stark angezweifelt werden. Außerdem darf nicht vergessen werden, dass auch die besten Haltungsbedingungen nichts daran ändern, dass die betroffenen Tiere ihr Leben lang gefangen gehalten und nach kurzer Zeit ermordet werden.

DIE INDUSTRIE STELLT SICH ALSO SELBST LABELS AUS, UM DEN ANSCHEIN VON KONTROLLE UND QUALITÄT ZU ERWECKEN.

7. Erfolge von Anti-Pelz-Kampagnen

Hier eine Liste der Erfolge gegen die Pelzindustrie, die in den letzten Jahren im deutschsprachigen Raum erzielt wurden.
Sowohl P&C West, als auch Anson‘s sind mit der Winterkollektion 2014/2015 wieder in den Pelzhandel eingestiegen. Im Herbst 2015 wird erneut eine Kampagne gegen den Pelzhandel der beiden Unternehmen starten:

2012 Anson’s	Die Herrenmodekette nimmt nach einem Anschreiben der OGPI Artikel mit Echtpelz aus der Herbst-/Winterkollektion 2011/2012 und erklärte, vorerst auf „Produkte mit Echtpelzbesatz“ zu verzichten. (Wiedereinstieg mit der Winterkollektion 2014/2015)
2012 Hallhuber	Proteste über soziale Netzwerke bringen das deutsche Modeunternehmen dazu „bei künftigen Bestellungen auf den Einsatz von Echtpelz zu verzichten“.
2010 ESCADA	Nach drei Jahren Protest im Rahmen der internationalen Escada-Campaign steigt das deutsche Modeunternehmen aus dem Pelzhandel aus.
2009 BiBA	Das Tochterunternehmen von ESCADA, gegen dessen Pelzverkauf es im Rahmen der 2007 gestarteten Escada-Campaign zahlreiche Proteste gab, steigt nach dem Verkauf an den Bekleidungskonzern Gelco aus dem Pelzhandel aus.
2008 Globetrotter	Der Outdoor Spezialist verzichtet nach Protestaufrufen komplett auf Echtpelz im Sortiment.
2008 Vögele	Das Unternehmen steigt nach Kommunikation mit der OGPI sowie telefonischen und schriftlichen Protesten aus dem Pelzhandel aus.
2007 Bonita	Die Modekette erklärt in einem Schreiben an die OGPI ihren Ausstieg aus dem Pelzhandel.
2007 Gerry Weber	Das internationale Modeunternehmen verkündet nach Anschreiben durch die OGPI seinen Ausstieg aus dem Pelzhandel ab der Wintersaison 2007.
2007 Sinn Leffers:	Das Unternehmen bestätigt nach zähen Verhandlungen mit der OGPI die komplette Pelzfreiheit.
2007 Adler Modemärkte:	Das Unternehmen verkündet den Pelzverzicht kurz vor dem ersten Aktionstag zum Kampagnenstart.
2006 Kaufhof	Die Warenhauskette verkündet ihren Ausstieg aus dem Pelzhandel nach Ankündigung einer Anti-Pelz-Kampagne gegen das Unternehmen. In den folgenden Jahren konnten durch entschlossene Proteste mehrere Wiedereinstiegsversuche verhindert werden.
2006 Appelrath-Cüpper:	Nach Verhandlungen mit der OGPI verzichtet das Unternehmen auf Echtpelz.
2006 Peek & Cloppenburg	Nach einer vier Jahren andauernden, intensiv geführten Anti-Pelz-Kampagne gegen das Unternehmen steigen sowohl P&C West als auch P&C Nord aus dem Pelzhandel aus. (Wiedereinstieg P&C West mit der Winterkollektion 2014/2015)
2003 C&A	Nach einer einjährigen Kampagne verzichtet das Unternehmen auf Echtpelz im Sortiment.
2002 Nerzfarm Roßberger:	Nachdem TierrechtlerInnen zwei Jahre protestiert und gekämpft hatten, schließt die Nerzfarm Roßberger endgültig.
2002 Karstadt-Quelle AG:	Nach andauernden Protesten steigt das Unternehmen aus dem Pelzhandel aus.
2001 Otto-Versand	Der Versand stellt nach Anschreiben durch die OGPI den Verkauf von Kaninchenfellen ein und bekennt sich zu einer pelzfreien Unternehmenspolitik.

Stand August 2015

8. Bildnachweise

Das Bildmaterial dieser Broschüre wurde der Offensive gegen die Pelzindustrie unter anderem von diesen Gruppen und Organisationen zur Verfügung gestellt:

Network for Animal Freedom Norway, www.dyrsfrihet.no S. 1-4, 6-7, 11, 14

Tierbefreiung Hamburg, www.tierbefreiung-hamburg.org S. 5

CAFT, Coalition to Abolish the Fur Trade, www.caft.org.uk S. 8

Tierausbeutung benden!

Bis jeder Käfig leer ist!

www.offensive-gegen-die-pelzindustrie.net