

Rundbrief

Herbst 2007

ESCADA

- Neue Kampagne gegen ESCADA -

In Kürze beginnt die neue Offensive-Kampagne gegen ESCADA. Nachdem aus technischen Gründen der Text für diesen Rundbrief bereits einige Zeit vor dem Kampagnenstart fertig gestellt wurde, bitten wir euch für aktuelle und nähere Infos auf unsere Homepage www.offensive-gegen-die-pelzindustrie.org zu schauen. Dort findet Ihr neben allen aktuellen Terminen (Kampagnenstart, Aktionstage, Demotermine, ...) auch Informationen zu unserem neuen Ziel und Infomaterial zum Bestellen.



Im August 2006 wurde die Kampagne gegen Peek&Cloppenburg nach fast vier Jahren gewonnen. Die Dauer und Intensität dieser Kampagne wird für alle zukünftigem Kampagnen richtungsweisend sein. Noch nie zuvor fand im deutschsprachigen Raum im Rahmen einer Kampagne eine derartige Vielzahl von Protestaktionen statt. Die Tierrechts-/Tierbefreiungsbewegung hat damit nicht nur eine enorme Ausdauer und Hartnäckigkeit gezeigt, sondern auch eine sprühende Kreativität und Entschlossenheit an den Tag gelegt. Kaum verwunderlich, dass nach dieser massiven Kampagne Bekleidungsunternehmen, welche die Offensive kontaktiert hatte, reihenweise den Ausstieg aus dem blutigen Handel mit Echthaarfellen erklärt haben. Unter ihnen Unternehmen wie GERRY WEBER, Appelrath - Cüpper, Schöps oder Kaufhof. In Österreich fand sich nach mehreren Pelzausstiegen Ende Oktober 2006 ein neues Ziel: die KLEIDER BAUER Gruppe.

Die Kampagne gegen die KLEIDER BAUER Gruppe startete mit dem Elan, mit welchem die Kampagne gegen Peek & Cloppenburg geendet hatte, recht bald auch mit massiver Unterstützung der ALF. Allerdings versuchen Polizei und Behörden auch verstärkt den AktivistInnen Steine in den Weg zu werfen und legale Proteste zu behindern. (zum aktuellen Stand der Kampagne siehe gesonderten Artikel)

Als neues Kampagnenziel in Deutschland und international hat sich im Sommer 2007 die ESCADA AG herauskristallisiert. Nach einigen erfolgsversprechenden und konstruktiven Gesprächen verebbte die Gesprächsbereitschaft von ESCADA nach einem Wechsel im Vorstand abrupt. Anschreiben wurden nicht beantwortet, bisherige GesprächspartnerInnen waren nicht mehr erreichbar, vereinbarte Fristen wurden nicht eingehalten.

ESCADA ist ein internationaler Konzern mit Firmensitz in Aschheim bei München, Deutschland. Auch wenn die Kampagnen der Offensive gegen die Pelzindustrie in der Vergangenheit immer wieder internationale Unterstützung erfuhren, waren sie im wesentlichen auf Deutschland und Österreich beschränkt. Es wird also sicherlich eine spannende neue Erfahrung sich an einer Kampagne mit internationaler Ausrichtung und Unterstützung zu beteiligen! Viele Gruppen und Individuen aus verschiedenen Ländern werden viele verschiedene Ideen und Aktionsformen einbringen und sich so gegenseitig inspirieren und motivieren.

Die ESCADA AG sieht sich selber als Luxuskonzern, der vor allem DesignerInnenkleidung im höheren Preissegment führt, ist jedoch auch direkt an der Produktion von Bekleidung beteiligt. ESCADA setzt damit auch Akzente in der Modebranche, die sich zum Teil noch immer uneinsichtig für das Leid der sog. "Pelztiere" zeigt. Tiere, die für teure Luxusmode gefangen gehalten und getötet werden, empfinden

genauso Bedürfnis nach einem Leben in Unversehrtheit und Freiheit, das sie nach ihren eigenen Willen gestalten können, wie alle anderen auch. Die EntscheidungsträgerInnen von ESCADA wissen spätestens seit den Informationen durch die



Offensive um die Situation der sog. "Pelztiere" Bescheid, die in ihrem Auftrag "verarbeitet" werden. Sie wissen, dass das Leben der sog. "Pelztiere" auf Farmen nur von der Geburt bis in den nächsten Herbst währt, ein paar Monate also, bis ein Leben in qualvoller Enge auf Drahtgitterboden durch brutale Gewalt beendet wird. Trotzdem entscheiden sie sich bewusst weiterhin "Pelz" im Sortiment zu führen.



Die ESCADA AG umfasst neben ESCADA mit etwa 130 Shops in Europa sowie etlichen weiteren in Asien, Nord- und Südamerika, Australien und Afrika auch die PRIMERA-Gruppe. Zur PRIMERA-Gruppe gehören die Marken BiBa, apriori, Laurel und cavita. Die PRIMERA-Gruppe umfasst alleine in Deutschland etwa 400 Filialen. PRIMERA operiert ebenfalls international, Schwerpunkt liegt auf Europa, Asien und Nordamerika. Damit sind in so gut wie jeder größeren

und auch in vielen kleineren Städten Filialen, die im Rahmen der Kampagne Ziel von Protesten werden können, somit können sich auch regional sehr breit gestreut AktivistInnen beteiligen. Zu näheren Infos wie der Lage der einzelnen Filialen etc. schaut auf unserer Homepage:

www.offensive-gegen-die-pelzindustrie.org!

Unsere Forderungen an ESCADA sind, unbefristet, in allen Filialen, alle Formen von verarbeitetem Pelz aus dem Sortiment zu nehmen. Damit sind alle zur ESCADA Gruppe gehörenden Unternehmen, Marken und Verkaufsflächen gemeint.

Kampagnenstart und Vorbereitung

Die Vorbereitung für die Kampagne läuft auf Hochtouren. Für das genaue Startdatum schaut bitte auf unsere Homepage. Bereits ab Anfang September sind alle relevanten Informationen auf unsere Homepage zu finden, es können Flyer und anderes Material bestellt werden.

Die Kampagnen der Offensive gegen die Pelzindustrie waren immer nur deshalb so erfolgreich, weil sich eine Vielzahl von Gruppen und Individuen mit unterschiedlichsten Zugängen eingebracht haben. Wir rufen daher zu einer breiten Beteiligung an der Kampagne gegen ESCADA auf. Neben einer dezentralen Informationsrecherche (z.B. die genaue Lage der einzelnen Filialen, Namen und Kontaktdaten der verantwortlichen Ansprechpersonen usw.) sind vor allem verschiedene kreative Aktionen in unterschiedlichster Form zentraler Bestandteil der Kampagne. Aber auch die Mobilisierung von anderen Gruppen und Individuen - etwa durch Artikel, Infoverantstaltungen, etc. sind Teil des Engagements.

Die Kampagne wird so lange geführt, bis auch ESCADA ein unbefristetes Ende des Handels mit allen Formen von Echtpelzen in allen zum Unternehmen gehörenden Bereichen erklärt. Es liegt nun an unserer Kreativität und Hartnäckigkeit diese Kampagne zu gewinnen! Es ist Eure Kampagne – beteiligt Euch!



Quelle: voice-design (www.voice-design.de)

Infomaterial und Kampagnenstarttermin ab Anfang September 2007 auf: www.offensive-gegen-die-pelzindustrie.org

Get-Active-Bereich ist online

KLEIDER BAUER Kampagne



Wie bereits im letzten Rundbrief angekündigt, wurde der Webauftritt der Offensive erweitert. Um euch Möglichkeiten zu eröffnen, auch außerhalb konkreter Kampagnen aktiv zu werden, findet sich auf der Homepage jetzt ein "Get-Active"-Bereich.

Neben dem externen Link "Gründung und Organisation einer Tierrechtsgruppe", welcher zu einem bereits in der Tierbefreiung erschienenen Text von Alex Faßbender verweist, findet ihr die Rubriken "Echt oder nicht Echt? - Wie erkenne ich Tierpelz?" und "Protestaktionen gegen Saisonausstiege".

Eure Recherchearbeit ist gefragt!

Da es für die Offensive wichtig ist, zu erfahren, welche Unternehmen noch immer Echthaarfelle im Sortiment führen bzw. auch immer wieder überprüft werden muss, ob die bereits aus dem Pelzhandel ausgestiegenen Unternehmen auch wirklich pelzfrei sind, findet ihr unter "Echt oder nicht Echt? -Wie erkenne ich Tierpelz?" einige Tipps, um Tierpelze von Kunstpelzen zu unterscheiden.

Solltet ihr bei euren Recherchearbeiten fündig werden, d.h. auf Echtpelze stoßen, dann beschwert euch nicht nur bei der Filial-/Konzernleitung, sondern teilt bitte auch der Offensive mit, wo genau (Unternehmen, Niederlassung, Abteilung) ihr welche Artikel (Tierart, Verarbeitungsart des Tierfells, Marke, Name und Anzahl der Echtfellartikel) gefunden habt.

Protest auch von zu Hause aus!

Unter der Rubrik "Protestaktionen gegen Saisonausstiege" erfahrt ihr, welche Unternehmen sich noch immer nicht vollständig und unbefristet aus dem Handel mit Echtpelzprodukten verabschiedet haben.

Ihr findet zu jedem Unternehmen genauere Informationen sowie Kontaktdaten, unter denen ihr euch per Mail, per Brief oder via persönlichem Gespräch beschweren könnt.

Zeigt den Verantwortlichen, dass sie mit Teilausstiegen bzw. befristeten Ausstiegen aus dem Pelzhandel unseren Protesten nicht entgehen können. Momentan befinden sich auf dieser Liste beispielsweise die Saisonaussteiger Peek&Cloppenburg West und Appelrath-Cüpper sowie die in der ein oder anderen Weise noch immer pelzanbietenden Unternehmen Vögele und Globetrotter.

Es ist besonders wichtig, dass auf diese Unternehmen weiterhin Druck ausgeübt wird; sie müssen solange Ziel von Protesten bleiben, wie sie sich in irgendeiner Form am Morden beteiligen!

Also nichts wie ran an den Get Active Schreibtisch!

Seit unserem letzten Rundbrief hat sich auch in der Kampagne gegen den Pelzverkauf bei der KLEIDER BAUER Gruppe einiges getan. Bewegt haben sich die Verantwortlichen Peter und Werner Graf jedoch keinen Millimeter, offenbar verharren sie noch immer in der falschen Meinung eine Kampagne einfach so aussitzen zu kön-

Herzstück der Kampagne bilden nach wie vor die regelmäßigen Kundgebungen vor Filialen von HÄMMERLE oder KLEI-DER BAUER, ein Schwerpunkt liegt hierbei in Wien mit mehreren Kundgebungen jede Woche, aber auch in Graz und Innsbruck werden wöchentlich eine bis zwei Kundgebungen abgehalten. Unzählige PassantInnen und (potentielle) KundInnen wurden so mit Flugblättern, Transparenten, Videos und Megaphondurchsagen über die Verwicklungen der Firma in den blutigen Pelzhandel informiert. Vor allem die AktivistInnen in Innsbruck setzen dabei immer wieder auf kreative Einlagen wie Straßentheater oder Feuerspucken. Neben den Kundgebungen direkt bei den Filialen fanden auch wieder eine Kundgebung am 14. Juni vor dem Firmensitz in Perchtoldsdorf sowie am 26. April eine Homedemo vor dem Wohnhaus von Peter Graf, einem der Eigentümer, statt.

Nach wie vor werden dabei die AktivistInnen bei der Durchführung ihrer Aktionen von Polizei und Behörde teils massiv behindert und einzuschüchtern versucht. Alle Anti-Pelz Kundgebungen, die einer Filiale näher als 20m kommen, werden untersagt oder aufgelöst. Der Gebrauch von "Lärminstrumenten" wie Trommeln, Megaphone oder Pfeifen wird untersagt oder stark eingeschränkt, um die Geschäftsinteressen der KLEIDER BAUER Gruppe zu schützen, wie die Behörde unverhohlen zugibt. Während die Behörde die Berufungen gegen die Untersagungen von Kundgebungen verschleppt und in die Länge zieht, wurden zwei AktivistInnen angezeigt. Der Grund: sie hätten angeblich Kundgebungen gegen den Pelzhandel bei KLEIDER BAUER organisiert, ohne diese ordnungsgemäß anzumelden. Offenbar ist dies ein weiterer Versuch durch Prozesse und Anzeigen die Arbeit von AktivistInnen für ein Ende des blutigen Pelzhandels zu behindern und einzuschränken.

Wir bitten euch die Kampagne insbesondere in Hinblick auf die laufenden Verfahren wegen Go-Ins (siehe letzter Rundbrief) und Berufungen gegen die schikanösen und demokratiepolitisch äußerst bedenklichen Demountersagungen auch durch Spenden zu unterstützen. Unsere Kontoverbindung findest Du am Ende des Rundbriefes.

Während jetzt in den Sommermonaten die Proteste etwas nachlassen, kann sich KLEIDER BAUER wahrscheinlich auf einen heißen Herbst gefasst macht. Die Erfahrungen zeigen, dass wenn im Herbst die Winterkollektion in die Läden einzieht, die Temperaturen fallen und die Nächte länger werden, auch die Proteste gegen "Pelz" zunehmen. Gerade auch die neue internationale Kampagne gegen ESCADA wird neue Impulse und Ideen geben und für viele sicher zusätzliche Motivation sein!

Bonita & SinnLeffers werden pelzfrei

Bonita steigt aus dem Pelzhandel aus

Im Mai 2007 erhielt die Offensive gegen die Pelzindustrie eine weitere gute Nachricht: Bonita, eine Kette für Damenoberbekleidung mit über 600 Filialen in Deutschland, Österreich, Dänemark, den Niederlanden und der Schweiz, beendet allumfänglich den Handel mit Echtpelzen. Auf die Ankündigung des Unternehmens hin, diese Entscheidung "bis auf weiteres" geltend zu machen, reagierte die Offensive mit der ebenso konkreten Ankündigung, dann eben bis auf weiteres von einer Kampagne gegen das Unternehmen abzusehen. Hoffen wir, dass Bonita den Hinweis ernst nimmt und nicht wieder in das Geschäft mit Echtpelzen einsteigt.

Endlich Klarheit über SinnLeffers' Pelzausstieg

Über ein halbes Jahr nach der ersten Kontaktaufnahme mit SinnLeffers, gab das Unternehmen nun endlich die Modalitäten seines Pelzausstieges bekannt und entging somit gerade noch einer Kampagne der *Offensive*.

Sinn Leffers gehörte vor wenigen Jahren noch zum Karstadt-Quelle-Konzern und wurde also im Zuge des Pelzausstiegs Karstadts pelzfrei. Im September 2005 wechselte das Unternehmen in den Besitz einer Investorengruppe. Prompt waren wieder Pelze im Sortiment zu finden. Nach dem Pelzausstieg Peek und Cloppenburgs im Sommer 2006 und den nachfolgenden Ausstiegsankündigungen von ApplerathCüpper und der Kaufhof AG rückte SinnLeffers in den Fokus der potentiellen Targets einer neuen OgPi-Kampagne. Doch erfreulicherweise teilte SinnLeffers der Offensive bereits im

November 2006 schriftlich mit, dass der Verkauf von Waren mit Echtpelz in der folgenden Herbst/Winter-Saison 2007/08 eingestellt werde. Dies wollte das Unternehmen jedoch trotz entsprechender Forderungen der Offensive nicht durch eine Pressemitteilung öffentlich machen. Auf Nachfragen hin stellte sich desweiteren heraus, dass diese Entscheidung noch nicht abschließend für Kaninchenfelle gefallen sei. Nach einiger eher unbefriedigender Korrespondenz wurde die Offensive auf eine endgültige Entscheidung im März vertröstet. Da im März keinerlei Korrespondenz seitens SinnLeffers versucht wurde, hakte die Offensive wiederum nach, wie es denn nun mit der Entscheidung aussehe. Anfang Mai gab es dann endlich von einem der beiden Geschäftsführer, Herrn Oberheide, in einem Telefonat die Information, dass die Entscheidung Kaninchenfelle miteinschließe und alle Concessionpartner ebenfalls angewiesen wurden, keine Pelzprodukte mehr in den SinnLeffers-Filialen zu vertreiben. Restbestände würden jedoch in der kommenden Saison noch abverkauft werden, es habe ja keinen Sinn, die Sachen jetzt zu verbrennen, so Oberheide. Wiederum weigerte sich das Unternehmen, selbst eine Presseerklärung mit entsprechenden Stellungnahmen zu veröffentlichen, so dass dies abermals von der OgPi übernommen wurde.

Somit kann mit dem Ausstieg von SinnLeffers ein weiterer Erfolg auf dem Weg in eine pelzfreie Zukunft verbucht werden.



Gemeinsam kriegen wir auch Escada pelzfrei! Die Offensive gegen die Pelzindustrie hofft trotz der langen Wartezeit weiterhin auf Euren kraftvollen und kreativen Protest! Es ist Eure Kampagne! Für aktuelle und weiterführende Informationen guckt auf unsere Homepage. Bei Fragen, Anregungen und Ideen, kontaktiert uns einfach:

Österreich

Offensive gegen die Pelzindustrie c/o Amerlinghaus, Stiftgasse 8, 1070 Wien <u>Spendenkonto</u>: Offensive gegen die Pelzindustrie KTN: 55182 116 107, BLZ: 12000 / Bank Austria Creditanstalt, BIC (SWIFT) : BKAUATWW

Deutschland

Offensive gegen die Pelzindustrie, c/o Tommy Weißbecker Haus, Wilhelmstraße 9, 10963 Berlin Spendenkonto: Offensive gegen die Pelzindustrie KTN: 4014 360 400, BLZ: 430 609 67 / GLS-Bank, BIC (SWIFT): GENO DE M1 GLS

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