

Offensive gegen die Pelzindustrie

RUNDBRIEF

Sommer 2009

OFFENSIVE GEGEN DIE PELZINDUSTRIE

- * Hauptversammlung ESCADA
- * Maxinvest-Demo
- * allgemeine Lage ESCADA
- * Escada Luxemburg und Belgien pelzfrei!
- * Großdemo gg. Die „Fur&Fashion Market Days“
- * Neue Offensive-Homepage online



*** Hauptversammlung ESCADA ***

*** Maxinvest-Demo ***

*** allgemeine Lage ESCADA ***

Aktionstage im April im Rahmen der Jahreshauptversammlung der Escada AG

Neben Demonstrationen und Flugblattaktionen vor den Escada Filialen in den verschiedenen Städten, waren auch Tierrechtsaktivisten_Innen in München vor Ort. Denn hier fand am 28.04.09 in dem noblen Arabella Sheraton Hotel die 25. Jahreshauptversammlung der Escada AG statt.

Angefangen mit dem Verteilen kleiner „Begrüßungsplakate“ rund ums Hotel, ging es im Saal weiter. Vorstandsvorsitzender Bruno Sälzer wurde mehrfach von Sprüche skandierenden Aktivistinnen unterbrochen, die sich unter die Aktionäre gemischt hatten. Bevor sie dann unsanft von den Securities aus dem Saal entfernt und der vorsorglich draußen wartenden Polizei übergeben wurden, warfen sie noch ein paar Flyer in den Saal, die bei den Taschenkontrollen am Eingang wohl übersehen worden waren. Aufsichtsratsvorsitzender Dr. Prof. Pöllath nahm sich vor der Fragerunde noch einmal die Zeit kurz auf den „Pelztierschutz“ einzugehen und zu betonen, wie sehr dieser doch allen Akteuren des Unternehmens am Herzen liege und wie sehr er und Herr Sälzer sich um eine Lösung in den Anliegen der Pelzkritiker bemühen. Dass diese Aussagen keinen Inhalt hatten, zeigte sich dann schnell in der Reaktion des Vorstandes auf die 2 Aktivistinnen, die sich in der Fragerunde, in der der Vorstand verpflichtet ist, alle Fragen der Aktionäre_Innen zu beantworten, zu Wort gemeldet hatten. In ihren Reden gingen sie näher auf die Kampagne ein sowie auf die Versuche seitens Escada, diese durch repressive Mittel mundtot zu machen und versuchten den Anwesenden die Wichtigkeit des Ausstieges aus dem Pelzhandel durch Schilderungen des Lebens der sogenannten „Pelztiere“ näher zu bringen.

Aber bekanntlich führen auch eindeutige und spezifische Fragen nicht zwangsläufig zu klaren Antworten. So blieben dann die meisten Fragen unbeantwortet. Kurz zusammengefasst lässt sich berichten, dass sie ihr Handeln und damit ihre Verantwortung am millionenfach Mord von Individuen durch Profitinteressen legitimierten. In ihren Worten begründeten sie ihr Handeln mit der Verantwortung gegenüber ihren Kundinnen, nach deren Wünschen sie die Mode entwerfen, dem Unternehmen, das marktfähig und konkurrenzfähig bleiben muss und ihren Mitarbeiter_Innen, die sie schützen müssen. Ethische und moralische Bedenken werden durch „artenschutzrechtliche Zertifikate“ für die verwendeten Felle befriedigt und der Gebrauch von Echthaarfallen runtergespielt.

Die Reaktionen der Aktionäre_Innen waren gemischt. Einige verließen direkt den Saal, und labten sich lieber draußen am Büffet, andere schienen zuzuhören und einer beschimpfte die Aktivistinnen derart, dass ein Herzinfarkt zu befürchten war. Aber es gab auch ein wenig Applaus, ob aus Höflichkeit oder Zustimmung sei dahin gestellt. Denn die Reden richteten sich ebenfalls an die Aktionäre_Innen, die genauso Verantwortung für den millionenfachen Mord tragen, wenn sie Anteile an einem Unternehmen haben, das Pelzwaren verkauft. Somit werden auch sie zu einem legitimen Ziel der Pelzkritiker.

Aus diesem Grunde fand in HH parallel zu der JHV eine Kundgebung vor dem Firmensitz der Maxinvest AG statt. In dem selben Gebäude befindet sich auch die Tschibozentrale, an der die Holding- Gesellschaft 100% Anteile hat. Was diese nun mit Escada verbindet? In beiden Gesellschaften sind die Hamburger Multimillionäre Michael und Wolfgang Herz Großaktionäre, mit 70% bei Maxinvest und 30% bei Escada. Als solche haben die Herz-Brüder großen Einfluss auf die Geschäftspolitik Escadas, die sie durch den von ihnen eingeleiteten Vorstandwechsel schon bewiesen haben. Zudem sind sie durch diverse Geschäftsbeziehungen mit dem Escada Vorstandsvorsitzenden Bruno Sälzer eng vertraut.



Diese 100-prozentige Tochtergesellschaft der Escada AG umfasst die Marken apriori, BiBA, cavita und Laurel. Begründet wird diese Entscheidung mit dem signifikanten Rückgängen bei Umsatz und Ergebnis des Segments Primera, der fehlenden strategischen Bedeutung für die Marke Escada sowie fehlender Synergien zum Segment Escada.

Lassen wir uns also überraschen, ob es nicht doch noch ein erfolgreiches Jahr für uns und auch für Escada wird. Denn in einem können wir Herrn Sälzer zustimmen: das Problem sind nicht die Filialen, sondern die Kollektionen.



Ca. 30 Aktivist_innen nahmen an der lauten und kraftvollen Kundgebung teil. Mit Redebeiträgen wurde auf die Verantwortung von den Herz-Brüdern am Pelzhandel von Escada hingewiesen und mit Flyern die Mitarbeiter_innen informiert, die sich aufgeschlossen zeigten. 2 mal machten sich die Aktivist_innen während der Kundgebung in einem kleinen Demonstrationszug auf und liefen einmal um das Tschibo-Gebäude.

Ob unsere Proteste weiter gehen solange Escada Pelz verkauft steht außer Frage und der nächste heiße Herbst ist bereits in Planung. Fraglich allerdings ist, ob es die Aktiengesellschaft dann noch geben wird. Denn das Unternehmen ist von der Insolvenz bedroht und verzeichnete Verluste von 70 Millionen Euro im letzten Geschäftsjahr. Nur wenn sie es schaffen ihren Schuldenberg in den nächsten Wochen abzubauen, laufende Kredite zu verlängern und jemanden finden, der noch 10 Millionen zu den 20 von den Herz-Brüdern dazu gibt, lässt sich der Untergang abwenden. Ein Punkt des Rettungsplanes, der auf der Aktionärsversammlung vorgestellt wurde, ist der Verkauf der Primera GmbH & Co. KG (vormals Primera AG).

Escada Luxemburg und Belgien pelzfrei! Immer mehr Teilerfolge im Rahmen der Escada-Campaign

Nachdem vor einiger Zeit der irische Vertreiber der Marke Escada, die Flairline Fashion Group, auf Grund von Protesten der örtlichen Tierrechtsaktivist_innen seinen Pelzausstieg bekannt gab und ihn jetzt endlich auch mittels eines schriftlichen Statements öffentlich machte, gab es laut Homepage der Kampagne (www.antifur-campaign.org) in jüngster Zeit zwei weitere landesweite Ausstiege von Weiterverkäufern von Escada:

Zuerst gab Escada Belgien bzw. die dortigen Shop-Verantwortlichen bekannt, in Zukunft keinen Pelz mehr verkaufen zu wollen. Vor dieser Bekanntgabe hatte es zahlreiche Proteste von belgischen Tierrechtsaktivist_innen gegeben, welche eine breite mediale Öffentlichkeit erreichten. Die belgische Tierrechtsorganisation Bite Back erhielt schriftliche Mitteilungen über den Stopp des Verkaufs aller Echtfellprodukte der Escada-Shops in Belgien.

Kurz danach verkündete auch der einzige Escada-Shop in Luxemburg nach Verhandlungen mit den lokalen Aktivist_innen, dass es ab sofort keinerlei Pelzprodukte mehr dort zu kaufen gebe. Zusätzlich wurde dies von dem Escada-Shop Luxemburg durch eine Pressemitteilung und in einer Tageszeitung veröffentlicht.

All diese Ausstiege zeigen, dass Proteste von lokalen Aktivist_innen erfolgreich sein können, zumindest Teile des Unternehmens pelzfrei zu machen und sie können als Schritte auf dem Weg in eine komplette Pelzfreiheit des Unternehmens gesehen werden. Sie zeigen, dass auch innerhalb des Unternehmens zahlreiche Mitarbeiter_innen und Mitarbeiter den Pelzhandel konsequent ablehnen und sich für eine pelzfreie Unternehmenspolitik einsetzen.

Großdemo gegen die „Fur&Fashion Market Days“

Auch die verkleinerte Fur&Fashion Nachfolgeveranstaltung, genannt Fur&Fashion Market Days, konnte in Frankfurt nicht ungestört von Anti-Pelz-Protesten stattfinden.

Am Samstag, den 14. März 2009 zogen gut 800 Tierrechtler_innen und Tierbefreier_innen durch die Frankfurter Innenstadt, um lautstark ihren Protest gegen Tierausbeutung im Allgemeinen und die zeitgleich stattfindenden Fur&Fashion Market Days im Besonderen verlauten zu lassen. Die von der Tierrechtsinitiative Rhein Main (TIRM) organisierte Demo wurde begleitet von Infoständen, Redebeiträgen, Live-Musik (Fidl Kunterbunt, Albino) und Radical Cheerleading. Zwischenstopps der Demo waren unter anderem eine Filiale des pelzverkaufenden Modehauses ESCADA, gegen das momentan eine Kampagne läuft, sowie eine Filiale von Laurèl (ESCADA-Tochter), das Pelzhaus Rolf Schulte Design Team und das Geschäft Pelze Türpitz.

Anlass der Demonstration waren die vom 14.-16. März in Frankfurt abgehaltenen Fur&Fashion Market Days, die abgespeckte Nachfolgeveranstaltung zur zuvor regelmäßig in Frankfurt stattfindenden Pelzmesse Fur&Fashion. Die Fur&Fashion präsentierte sich während ihres fast 60-jährigen Bestehens immer wieder als Aushängeschild der internationalen Pelzindustrie. Doch in den letzten Jahren hatte sie – unter anderem auch wegen der anhaltenden Proteste von Pelzgegner_innen – mit sinkenden Aussteller- und Besucherzahlen zu kämpfen. Aus diesem Grund lohnte sich die Messe für die Organisator_innen in der ursprünglichen Form nicht mehr. Im Sommer 2008 wurde seitens der Pelzmesse MIFUR in Mailand bekannt gegeben, dass diese sich in Zukunft mit der Fur&Fashion, der MIPEL (Lederwaren) und der MICAM (Schuhe) zusammenschließen werde. In Frankfurt sollen nun jährlich die sehr viel kleineren Fur&Fashion Market Days stattfinden. Obwohl der Zusammenschluss der Fur&Fashion mit der MIFUR von Seiten der ehemaligen Organisator_innen offiziell als Erfolg beworben wurde, ist klar, dass die Pelzindustrie in Wirklichkeit einen herben Rückschlag erlitten hat. Mit den Tierausbeutungsprodukten Pelz und Leder lässt sich dank der anhaltenden Proteste und der steigenden Gesellschaftlichen Ablehnung nicht mehr so viel Profit machen wie ehemals.



Doch trotz dieses Erfolges für die Tierbefreiungsbewegung müssen die Proteste weiter gehen, sowohl in Frankfurt, als auch in Mailand! Lassen wir den Tierausbeuter_innen keinen Raum, ihre lebensverachtende Praxis weiterhin zu präsentieren!

Es ist soweit: Neue Offensive-Homepage online!!! www.offensive-gegen-die-pelzindustrie.net

Ab sofort findet ihr unter **www.offensive-gegen-die-pelzindustrie.net** (statt wie früher *offensive.....org!!!*) oder auch wie immer unter *www.anti-pelz.org* eine brandneue, schicke, übersichtliche und aktuelle Homepage.

Außerdem haben wir in dem Zuge auch neue E-Mail-Adressen eingerichtet, unter denen ihr uns erreichen könnt:

- Für Aktionsberichte, Fragen, Anregungen, Kritik oder auch Infos, die wir auf die Seite laden sollen, nutzt bitte:
info@offensive-gegen-die-pelzindustrie.net
- Für Bestellungen von Infomaterial (ja, auch das ist wieder möglich!) haben wir diese Adresse eingerichtet:
Versand@offensive-gegen-die-pelzindustrie.net
- Für Presseanfragen gibt es außerdem die Adresse:
Presse@offensive-gegen-die-pelzindustrie.net

Die Homepage der Offensive gegen die Pelzindustrie hat den Anspruch über alle Proteste der deutschsprachigen Tierbefreiungsbewegung zu informieren und diese zu repräsentieren. Deshalb würden wir uns sehr freuen, wenn ihr uns /regelmäßig eure Aktionsberichte oder gerne auch Artikel zum Thema für die Startseite oder zu Hintergrundinformationen zum Thema Pelz zusendet/, damit wir sie veröffentlichen können. Auch eine Auflistung vergangener Aktionen eurer Gruppen oder Zusammenhänge wären toll, damit sie auf der Seite archiviert werden können und es einen möglichst vollständigen Überblick gibt.

Wie ihr sehen werdet, ist die Seite teilweise noch im Aufbau, daran arbeiten wir. So werden z.B. ein Bild- und Medienarchiv folgen und z.B. die Aktionsauflistungen vergangener Kampagnen. In jedem Fall freuen wir uns sehr über Anregungen, Ergänzungen und Kritik bezüglich der Seite, diese bitte an info@offensive-gegen-die-pelzindustrie.net richten.

4

Euer Kampagnenteam