

# Offensive gegen die Pelzindustrie

# RUNDBRIEF

## Winter 2008

- **Repression**  
Mitteilung der OGPI zur anhaltenden Repression
- **Miss Sixty & Diesel**  
werden pelzfrei
- **Aktionstage 26.-28.09.2008**  
Rückblick auf kreative Aktionen der Aktionstage im September
- **Pelzcheck 2008**  
Die OGPI bittet um Eure Unterstützung
- **Max Mara-Kampagne**  
Neue globale Kampagne gegen Max Mara



# Repression

## Mitteilung der Offensive gegen die Pelzindustrie

Seit gut einem Jahr läuft nun die Kampagne gegen den Pelzhandel bei Escada. Das Modeunternehmen sieht sich offensichtlich deutlich durch die Proteste unter Druck gesetzt, Konsequenzen wollen sie bisher jedoch nicht ziehen. Statt den Pelzhandel zu beenden, versucht Escada über Anwaltsvertretungen die Proteste und auch die Berichterstattung einzuschränken. Aus einigen Städten wurden entsprechende Versuche, die Kampagnenarbeit einzuschränken, berichtet. Wir wollen in diesem Schreiben die aktuellen Entwicklungen zusammenfassen und auch mit Euch in Kontakt treten, weil wir nach weiteren Informationen suchen. Wir als Offensive versuchen die Kampagne zu unterstützen, indem wir regionalen und lokalen Tierrechtsgruppen und Initiativen in rechtlichen Belangen helfen. Um ESCADAs Versuche, unsere Proteste durch das Rechtssystem zu unterbinden, aufzudecken, zu sammeln und zu veröffentlichen, bitten wir euch eindringlich, uns mitzuteilen, wenn ihr von Repression (durch den Staat oder ESCADA) betroffen seid!

Die Versuche Escadas die Proteste zu behindern laufen im Wesentlichen über drei Schienen, die wir im Folgenden weiter ausführen wollen. Zum ersten Versuche über zivilrechtliche Mittel und zum zweiten über versammlungsrechtliche (verwaltungsrechtliche) Mittel, Kundgebungen und Demonstrationen einzuschränken. Und zum dritten die Berichterstattung zu behindern.

### 1. Einschränkung der Versammlungsfreiheit über zivilrechtliche Mittel:

Aus Berlin und Dresden wurde im Verlaufe der Kampagne über Escadas Versuche berichtet, über zivilrechtliche Mittel die Proteste einzuschränken. In beiden Städten wurden gegen Anmelder\_innen und regionale Tierrechtsgruppen so genannte einstweilige Verfügungen ausgesprochen, mit dem Ziel eine Bannmeile um betreffende Escada-Filialen zu ziehen und Kundgebungen aus der unmittelbaren Nähe zu vertreiben.

Einstweilige Verfügungen (EV) sollen per Recht Schaden, der sich in Zukunft gegen eine juristische Person (z.B. die Escada AG) ergeben könnte, verhindern. Bei einem betreffenden Gericht wird eine EV eingereicht, das über die Rechtmäßigkeit entscheidet. Escada argumentiert, dass lokale Proteste im Rahmen von Kampagnen stattfinden, dass diese Kampagnen nicht das Ziel der Information der Öffentlichkeit haben, sondern das Ziel Escada über psychischen und wirtschaftlichen Druck zu zwingen, den Verkauf von Pelzprodukten zu stoppen. Zudem seien Kampagnen von Sabotageakten, wie bspw. Buttersäureanschlägen, begleitet. Dies sei auch auf Demonstrationen zu erwarten, da diese sich dem Anliegen der Kampagne anschließen, so dass Demonstrationen in unmittelbarer Nähe verboten werden müssten, weil sonst die freie wirtschaftliche Entfaltung und auch die öffentliche Ordnung nicht gewährleistet werden könnten.

Einschränkungen der Versammlungsfreiheit sind nach derzeitigem deutschen Recht eigentlich nur über das Versammlungsgesetz (Verwaltungsbehörden, wie Polizei, LKA u.a.) und nicht über zivilrechtliche Instanzen (Landesgerichte, Kammergerichte etc.) möglich. Dennoch hat Escada zumindest in Berlin Recht bekommen. Was hieran ärgerlich ist, ist dass durch EVs den Aktivist\_innen, Vereinen etc. auch Kosten entstehen können. Denn durch die Erwirkung einer EV können der gegnerischen Partei sofort Anwaltskosten in Rechnung gestellt werden (dies ist definitiv auch Ziel von Escada!). Zumindest wenn kein Einspruch erhoben wird. Einspruch zu erheben ist auf jeden Fall immer zu raten, auch wenn hierdurch Anwaltskosten entstehen. Denn wird gegen eine EV keinen Einspruch erhoben, ist sie rechtmäßig. Je nachdem was das betreffende Gericht entschieden hat, heißt das, dass man nicht innerhalb von 50m oder 100m zur Escada-Filiale demonstrieren darf. Wird Einspruch erhoben, ist es möglich, dass die EV zurückgewiesen und damit wirkungslos wird oder aber dass der entsprechende Bannkreis reduziert wird, ihr also statt 50, 10 oder 20 Meter entfernt stehen müsst. Solltet ihr eine EV erhalten, kontaktiert bitte die Offensive und wenn möglich auch einen Anwalt / Anwältin, der / die sich mit Zivilrecht auskennt. Es ist möglich, Gerichtskostenhilfe zu beantragen, sodass ihr keine Gerichts- und Anwaltskosten bezahlen müsst. Dies ist möglich, wenn die betreffende Person (in den meisten Fällen der/die Anmelder\_innen von Demonstrationen) ein geringes Einkommen hat. (Es ist daher sinnvoll, wenn die Anmeldung immer jemand übernimmt, der/die nicht viel Einkommen hat). Wir wollen hier jetzt kein Horrorszenario aufbauen, aber es ist wichtig, dass ihr euch über mögliche Konsequenzen klar seid, damit ihr in entsprechenden Situationen handlungsfähig bleibt. Wie gesagt, wir werden euch umgehend unterstützen.

### 2. Einschränkung durch versammlungsrechtliche Mittel

Demonstrationen können wie erwähnt über die Versammlungsbehörden eingeschränkt werden. Dies geschieht dann, wenn ihr Auflagen erhaltet. D.h. ihr meldet eine Demo an, bzw. setzt die Versammlungsbehörde darüber in Kenntnis und dann erhaltet ihr i.d.R. ein paar Tage vorher eine Auflage, bspw. keine Trommeln zu benutzen oder nicht unmittelbar vor dem Eingang zu stehen. Hierauf hat Escada auch Einfluss. In der Vergangenheit hat Escada so genannte Beschwerdeklagen bei den betreffenden Versammlungsbehörden eingereicht und wie oben beschrieben argumentiert, dass Kampagnen immer auch Gefährdung der öffentlichen Ordnung bedeuten, sowie die Gewerbefreiheit einschränken. Den Versammlungsbehörden obliegt es bei gegensätzlichen Interessen bspw.

dem Grundrecht auf Meinungs- und Versammlungsfreiheit vs dem Recht auf freie Ausübung des Gewerbes/ des Eigentums, zu entscheiden, wie beide Interessen berücksichtigt werden können. Meist wird sich für eine Auflage, nicht näher als 10 oder 20 Meter zu demonstrieren, entschieden; entsprechende Auflagen müssen immer begründet sein, oftmals übernehmen die Behörden einfach die Argumentation von Escadas Rechtsvertretungen. Gegen diese Auflagen können Widersprüche geltend gemacht werden, wo ihr bspw. sagen könnt, dass ihr keine Mitarbeiter\_innen beleidigt habt, ihr die Öffentlichkeit informieren, nicht aber Escada unter Druck setzen wollt etc., je nachdem welche Beschwerden Escada geltend gemacht hat, da die Argumentation von Escada meist sehr haarsträubend ist (bspw. wurde in Berlin geltend gemacht, dass es in Barcelona ein Direkte Aktion gegeben hat und das daher die öffentliche Ordnung nicht gewährleistet sei), gibt es auch viele Anknüpfungspunkte die Auflagen zurückzuweisen. Auch hier ist es sinnvoll zunächst einen Anwalt / Anwältin zu kontaktieren, dieseR sollte sich aber mit dem Versammlungsrecht auskennen. Es wäre zudem super wenn ihr die Offensive darüber informieren könntet, ob es in euren Städten Auflagen gibt und wie diese begründet werden, damit wir diese Informationen nutzen können, um Gegenstrategien zu entwickeln.

### **3. Behinderung der Berichterstattung**

Zu guterletzt versucht Escada die Berichterstattung zu behindern. Bspw. haben die Tierbefreier e.V. oder die Gruppe k.o.n.t.e.r.n. einstweilige Verfügungen bekommen, nach denen sie nicht über Aktionen des Zivilen Ungehorsams und Direkte Aktionen berichten dürfen, sowie nicht zu Markenrechtsverletzungen aufrufen dürfen. Begründet wurden diese EVs dadurch, dass es den betreffenden Organisationen nicht darum gehe, die Öffentlichkeit zu informieren, sondern zu Straftaten aufzurufen, was offensichtlich vollkommener Quatsch ist. Aber auch hier folgten die Gerichte der Argumentation von Escada, auch wenn einzelne gerichtliche Entscheidungen noch ausstehen. Escada versucht auch Druck auf Webhoster (da wo Webseiten „gelagert“ sind) auszuüben, da es sich oft um kommerzielle Anbieter handelt und die vor vielen gerichtlichen Auseinandersetzungen eher zurückschrecken, ist immer die Gefahr, dass Seiten auch gesperrt werden können.

#### **Was tun?**

Wichtig ist ersteinmal sich mit den beschriebenen Entwicklungen auseinander zu setzen. D.h. diskutiert in euren Gruppen die zuvor beschriebenen Situationen und wie ihr euch in entsprechenden Situationen verhalten wollt; wie gesagt, wir stehen euch gern zur Seite. Darüber hinaus ist es durchaus möglich, Strategien zu überlegen, wo Escada nicht über gerichtliche Mittel Proteste einschränken kann. Bspw. kann man vor Filialen allein oder zu zweit flyern (denn das stellt noch keine Demonstration dar, die man einschränken könnte), Plakate verkleben, Telefonaktionstage organisieren oder ähnliches, der Kreativität sind hier keine Grenzen gesetzt.

Wichtig ist unserer Ansicht nach, den Druck auf Escada aufrecht zu erhalten, Escada versucht sich über gerichtliche Mittel seiner Verantwortung zu entziehen. Wir sollten es nicht zulassen, dass hierdurch ein legitimes Anliegen, nämlich die Pelzindustrie zu beenden, behindert wird.

#### **Seid ihr von Repression betroffen? Meldet euch bei der OGPI!**

Seit Kampagnenstart zeichnet es sich ab, dass Escada sich der Proteste durch ihre Anwält\_innen entledigen will. Wie erläutert geschieht dies einerseits durch zivilrechtliche Maßnahmen (EVs) oder durch Einflussnahme auf die für Versammlungen zuständigen Behörden. Mittlerweile hat dies ein nicht mehr hinzunehmendes Ausmass erreicht. Wir müssen uns Gegenstrategien überlegen. Es kann nicht sein, dass von Ausbeutung profitierende Unternehmen wie Escada Kritiker\_innen mundtot machen können! Wenn ihr von Repression betroffen seid, sei dies durch zivilrechtliche Massnahmen Escadas oder durch den Staat im Zusammenhang mit der Escada Kampagne, bitte meldet euch bei uns! Schickt uns eure Berichte, schildert so detailliert wie möglich welcher Art von Repression ihr euch ausgesetzt seht, was die Vorgeschichte ist, was ihr zu tun gedenkt etc.! Wir werden versuchen, die Daten (natürlich anonym) zu sammeln und auszuwerten und uns mögliche Gegenstrategien auszudenken.



## **Die bekannten Marken Miss Sixty und Diesel kündigen Ausstieg aus dem Pelzhandel an**

... Erneute globale Erfolge im Kampf gegen den Pelzhandel ...

Nach Informationen des italienischen Anti-Pelz-Netzwerkes AIP ([www.campagnaaip.net](http://www.campagnaaip.net)) haben die bekannten Bekleidungsmarken Miss Sixty und Diesel angekündigt, in Zukunft keinen Pelz mehr verkaufen zu wollen. Beide Unternehmen fällten diese Entscheidung, nachdem eine globale Kampagne gegen ihren Pelzhandel bereits in den Startlöchern stand. Die von AIP geplante Kampagne gegen Miss Sixty sollte eigentlich im September mit einem globalen Aktionswochenende starten. Einige Tage vor dem Start der Kampagne kontaktierte die Sixty Group jedoch das AIP-Netzwerk und teilte den Aktivist\_innen mit, dass das Unternehmen in Zukunft pelzfrei werde, wenn die Kampagne gestoppt werde. Die Sixty Group ist weltweit eine der führenden und trendangebenden Unternehmen in seinem Segment und verkauft mit seinen Marken Miss Sixty, Killah Babe und Energie hauptsächlich Damenbekleidung für eine junge und modebewusste Zielgruppe.

Nach dem Erfolg gegen den Pelzverkauf bei Miss Sixty war schnell ein neues Kampagnenziel gefunden. Das ebenfalls global präsente Unternehmen Diesel, eine bekannte und einflussreiche Marke mit über 300 eigenen Shops weltweit, gab ebenfalls bekannt, aus dem Handel mit Echtfellprodukten auszusteigen. Auch hier konnte durch die drohende Perspektive einer kraftvollen Kampagne ein Erfolg erzielt werden.

# 3

In Italien gibt es nach der letzten Kampagne gegen das Unternehmen "Gruppo Coin" also derzeit eine ähnliche Entwicklung wie in Deutschland nach dem Ausstieg von Peek & Cloppenburg. Hier wurden, mit einem Domino-Effekt, gleich mehrere Unternehmen nacheinander pelzfrei, da sie als nächstes Kampagnenziel in Frage kamen.

Bleibt zu hoffen, dass dieser Domino-Effekt auch in Italien weitergehen wird!

## Aktionstage 26.-28.09.2008

Mit 18 kreativen Aktionen und energischen Demonstrationen beteiligten sich unzählige Aktivist\_innen am vergangenen Aktionswochenende gegen den Pelzverkauf der Escada AG vom 26. 09. -28.09.2008. Angefangen von Flyeraktionen, über kreative Protestideen bis hin zu einer Großdemo mit 400 Menschen in London waren die Proteste in verschiedensten Städten weit gefächert.

So gab es beispielsweise eine Kreideaktion in Hamburg und in München bekam eine Escada Filiale Besuch von der Clownsarmee. Eine besondere Aktionsidee wurde in Münster umgesetzt: Ein Detektiv machte sich während der Demo auf die Suche nach den Mördern der Opfer der Pelzindustrie bei Escada. Demos gab es außerdem in Dresden, Hameln, Rottach Egern, in Aschheim bei der Konzernzentrale, in Berlin, Köln, Salzburg und gleich 2 Demonstrationen in Hamburg und Frankfurt! Überdeutlich wurde in diesen Tagen das beeindruckende Potential unserer Zusammenarbeit für die Befreiung der Tiere!

Vielen Dank für die Beteiligung jedes/r Einzelnen. Es sind eben diese vielfältigen Aktionen in allen möglichen Städten, die die Escada AG daran hindern, das Tierleid zu ignorieren und die zwangsläufig zu einem Ausstieg aus dem Pelzhandel führen!

Wie durch den heißen Herbst ([www.heisser-herbst.tk](http://www.heisser-herbst.tk)) angekündigt, beginnt mit dem Jahresende die entscheidende Phase unseres Widerstandes. Auch nach dem erfolgreichen Aktionswochenende und der "Köln pelzfrei" sind es gerade unsere Kontinuität und unsere Präsenz vor den Verkaufsläden von Escada, die unsere Kampagne erfolgreich machen! Jeder Tag ist ein Aktionstag - an jedem Ort! Gemeinsam zerschlagen wir die Pelzindustrie! Organisiert vor allem auch selbst Aktionen - egal ob ihr allein oder zu hunderten seid! Wichtig um Escada unsere Stärke zu zeigen ist es, dass die Aktionsberichte auch **öffentlich gemacht** werden! Schickt sie einfach an: [info@antifur-campaign.org](mailto:info@antifur-campaign.org)



Aktion "Tatort Münster - Todort Escada"

**Ab dem 18.12.2008 geht es dann so richtig los! Die umsatzstärkste Zeit für die Escada AG muss zugleich unsere stärksten Proteste hervorrufen! Tierausbeutung ist angreifbar!**

## Pelzcheck 2008 – Die OGPI bittet um Unterstützung

Die Offensive gegen die Pelzindustrie hat sich zum Ziel gesetzt den Pelzhandel in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu beenden. Sie organisiert und unterstützt Kampagnen, leistet Pressearbeit, trägt Rechercheergebnisse über die Pelzindustrie zusammen und bietet Aktivist\_innen Infomaterial an. Zur Arbeit der Offensive zählen auch die alljährlichen Pelzchecks bei den unterschiedlichsten Unternehmen in den Herbst- und Wintermonaten. Dabei werden Warenhäuser und Filialen von Modekonzernen systematisch "durchsucht", um zu schauen ob sie Echtpelzartikel vertreiben. Unternehmen, die sich in der Vergangenheit zum Ausstieg aus dem Pelzhandel verpflichtet haben, etwa Peek & Cloppenburg, Appelrath Cüpper, Kaufhof, Gerry Weber, Adler Modemärkte u.a. müssen kontrolliert werden, ob sie tatsächlich auf alle Formen von verarbeitetem Pelz, auch Kaninchenfelle und sog. Pelzapplikationen wie z.B. an Krägen verzichten. Zum zweiten möchte die Offensive auch einen Überblick behalten, welche Unternehmen immer noch am blutigen Pelzhandel beteiligt sind und welche dies nicht tun. Und zum dritten gilt es auch zu schauen, welche Trends in der Pelzindustrie gerade gefahren werden und wer diese sog. Mode herstellt und vertreibt.

Bei dieser Arbeit ist das Kampagnenteam der Offensive auf die Unterstützung möglichst vieler Aktivist\_innen in den verschiedenen Regionen angewiesen. Ab September führen die Modehäuser bereits die Herbst- und Winterkollektionen. Wir rufen daher dazu auf, sich in den einzelnen Filialen und Warenhäusern gezielt nach Echtpelzartikeln umzuschauen. Bitte schickt eure Ergebnisse, auch Fotos, an die Offensive, wobei für uns folgende Infos wichtig sind: Wann habt ihr wen gecheckt? Wo (z.B. in welcher Abteilung) habt ihr Pelz gefunden? Um welche Kleidungsstücke handelte es sich? Von welcher Marke waren die Kleidungsstücke? Welche Art von Pelz (Kaninchen, Fuchs o.a.) wurde verarbeitet? Handelte es sich um Applikationen (Krägen, Bommeln) oder ganze Mäntel? Wenn nicht alles in Erfahrung zu bringen war, gebt uns trotzdem eine Mitteilung, auch wenn ihr nichts gefunden habt. Solltet ihr Pelz entdeckt haben, sprecht die Filial- oder Abteilungsleiter darauf an, insbesondere wenn es sich um Unternehmen dreht, die bereits ausgestiegen sein wollten. Bei ähnlichen Aktionen, etwa dem Pelzcheck 2007 wurde uns berichtet, dass Mitarbeiter\_innen diese Kleidungsstücke dann aus der Auslage genommen haben. Auch solche Infos interessieren uns natürlich, zeigen sie doch wie mit dem Thema Pelz in den Unternehmen umgegangen wird. Auf der Webseite der Offensive ([www.offensive-gegen-die-pelzindustrie.org](http://www.offensive-gegen-die-pelzindustrie.org)) findet ihr im 'Get Active'-Bereich weitere Infos, z.B. wie Echtpelz zu erkennen ist. Zudem lassen sich im Unterbereich Kampagnen alle diejenigen Unternehmen finden, die nach Kampagnen und anderweitigen Protesten der Offensive und ihrer Unterstützer\_innen aus dem Handel mit Echtpelzwaren ausgestiegen sind. Wenn ihr Unterstützung benötigt oder Fragen habt, dann meldet euch einfach bei der Offensive. Wir danken zudem für die rege Beteiligung im vergangenen Jahr und setzen auch in diesem Herbst und Winter wieder auf eure Unterstützung.

**Bitte sendet uns Eure Rechercheergebnisse an [pelzcheck@offensive-gegen-die-pelzindustrie.org](mailto:pelzcheck@offensive-gegen-die-pelzindustrie.org)**  
Das Kampagnen-Team der Offensive gegen die Pelzindustrie

## Neue globale Kampagne gegen Max Mara

Mit einem Aktionswochenende vom 21. bis 23. November 2008 startet eine neue, globale Kampagne gegen den Pelzverkauf des Modekonzerns Max Mara. Das Unternehmen gehört zu den wichtigsten Produzenten von Bekleidung mit Pelzanteilen im europäischen Raum und operiert mit seiner Kernmarke Max Mara im oberen Preissegment. Darüber hinaus vertreibt die Max Mara Fashion Group auch andere Marken wie z.B. Max & Co, Maxsport, Marina Rinaldi, Marella, Pennyblack, Newpenny, Persona oder Iblues. Im deutschsprachigen Raum wird vor allem die Marke Max Mara bekannt sein, da diese auf Concessionflächen in vielen Unternehmen verkauft wurde, die mittlerweile pelzfrei sind, so z.B. bei Peek und Cloppenburg. Max Mara betreibt weltweit ca. 2300 Shops in 90 Ländern. Auch in Deutschland wurden Demonstrationen zum Kampagnenstart durchgeführt. Aktivistin Angela Kreuzer aus Hamburg dazu: "Unsere Hauptarbeit im Pelzbereich ist natürlich weiterhin die ESCADA-Campaign, aber wir werden uns von nun an regelmäßig an der Kampagne gegen den Pelzverkauf bei Max Mara beteiligen. Wir können nur gewinnen, wenn wir international zusammenarbeiten, deswegen halte ich unsere lokale Mitarbeit für so wichtig."

Bereits vor dem offiziellen Kampagnenstart demonstrierten italienische AktivistInnen vor der Konzernzentrale und verteilten u.a. Flugblätter an die Angestellten. Max Mara selbst weigerte sich jedoch bisher, zum Pelzverkauf Stellung zu beziehen. Es wird also nicht nur ein heißer Winter für ESCADA werden...  
[www.maxmaracampaign.net](http://www.maxmaracampaign.net)

4

Weitere Informationen zur Pelzindustrie und der OGPI unter:  
[www.offensive-gegen-die-pelzindustrie.org](http://www.offensive-gegen-die-pelzindustrie.org)