

Offensive gegen die Pelzindustrie

RUNDBRIEF

Winter 2009



* Rege Beteiligung am
Aktionswochenende der
Escada-Campaign im
September

* Anti-Pelz-Kampagne in Göttingen

* OGPI goes WEB 2.0

* Flyer-Bestellung



Rege Beteiligung am Aktionswochenende der Escada-Campaign vom 24. bis zum 27. September

**Kreative und laute Demonstrationen,
Straßentheater, versteckte Hinweise in den
Klamotten, Flyeraktionen, Aufkleber, Plakate,
E-Mailaktionen, Telefonanrufe ...**

Mehr als ein Dutzend Aktionen haben an den Aktionstagen der Escada-Campaign im September in zahlreichen Städten in Deutschland, in den USA und in Italien stattgefunden.

Für die Kampagne gegen den Pelzverkauf des Luxusmodekonzerns war dieses Wochenende ein voller Erfolg. Escada wurde ein weiteres Mal gezeigt, dass es keine Schonzeit für insolvente Unternehmen gibt, sofern sie weiterhin am Handel mit Echtpelzen festhalten! Denn für die zahlreichen Tiere, die jetzt im Herbst ermordet werden, um später als Pelzkrägen in den Filialen von Escada zu landen, gibt es auch keine Schonzeit.

Mit diesen internationalen Aktionstagen wurden die Proteste in der für Escada wichtigen Wintersaison eingeleitet. Während Escada versucht, in dieser Zeit möglichst hohe Umsätze zu erzielen, ist es unsere Aufgabe dem Unternehmen dabei einen Strich durch die Rechnung zu machen.

An besagtem Wochenende fand in München ein Straßentheater statt, bei dem das CSI die Aktiengesellschaft Escada als Mörder tausender Lebewesen entlarvte. Am nächsten Tag versammelten sich in Mailand mehr als 50 Menschen, die gegen den Pelzverkauf bei Escada demonstrierten. Während der ganzen Demonstration hat nicht eine Kundin das Geschäft betreten. Ungefähr 500 Kilometer weiter nördlich, in Metzingen, betraten zur gleichen Zeit zwei elegant gekleidete Menschen den örtlichen Outletstore. Wie uns berichtet wurde, waren sie allerdings nicht zum Shoppen gekommen, sondern verteilten rasch kleine Zettelchen in den unterschiedlichsten Produkten im Geschäft. Jede Kundin sollte beim Anprobieren darauf hingewiesen werden, für welche Grausamkeiten Escada verantwortlich ist. Sie verließen das Geschäft unbemerkt, als die ersten Verkäuferinnen auf die versteckten Botschaften aufmerksam wurden. Noch am selben Tag fanden Aktionen in Stuttgart, Berlin, Los Angeles, Hamburg und vielen anderen Städten statt.



Für mehr Schlagzeilen hat in den vergangenen Tagen und Wochen allerdings die finanzielle Situation von Escada gesorgt. Nachdem der Konzern im August Insolvenz anmeldete, ist er nun an die indische Familie Mittal verkauft worden. Lakshmi Mittal gilt als einflussreichster Inder der Welt und besitzt das Stahlwerk Arcelor-Mittal. Presseberichten zufolge wird der Vorstandsvorsitzende Bruno Sälzer Vorstandsvorsitzender bleiben und sein Sanierungsprogramm fortsetzen. Dieser Einstieg der Familie Mittal kann eine Chance für unsere Kampagne sein, stellt zugleich aber eine große Herausforderung dar. Wie in zahlreichen Artikeln berichtet wurde, ist Frau Mittal, das neue Gesicht für Escada, in einigen sozialen Projekten engagiert. So hat sie zum Beispiel in London, ihrer Heimatstadt ein Kinderkrankenhaus finanziell unterstützt. Außerdem ist sie in Projekte involviert, die Kindern in Indien eine bessere medizinische Versorgung zukommen lassen möchten. Zu hoffen bleibt, dass sie auch innerhalb der Escada-Gruppe auf einen ethisch vertretbaren Weg setzt und sich dafür stark macht, den Echtpelzverkauf zu stoppen!

Gerade jetzt ist es also extrem wichtig auf die Kampagne aufmerksam zu machen und sich klar zu positionieren. **Die Gelegenheit dazu bietet sich besonders vom 18. bis zum 24. Dezember, denn dann finden die nächsten Aktionstage gegen den Pelzverkauf bei Escada statt.**

Die Weihnachtszeit, als für die Unternehmen traditionell umsatzstärkste Zeit, ist besonders gut für verstärkte Proteste geeignet. Die Straßen sind voll von Menschen auf der Suche nach Weihnachtsgeschenken und wir sollten diesen Kund_innen zeigen, dass es auch ein Weihnachtsfest frei von Tierausbeutung geben kann.

In diesem Sinne: Beteiligt euch an den Protesten und macht diese Aktionstage zu unvergesslichen für die neuen Investoren der Escada AG!

Anti-Pelz-Kampagne in Göttingen

vegan, emanzipatorisch, abolitionistisch

ANTISPEZIESISTISCHE OFFENSIVE GÖTTINGEN

Seit dem Frühjahr 2009 organisiert die Antispe Offensive Göttingen [AOG] eine Kampagne gegen den Pelzhandel Göttinger Bekleidungsunternehmen. Alle größeren Warenhäuser der niedersächsischen Universitätsstadt sahen sich nach erfolgreichen Kampagnen der Offensive gezwungen Echtpelzartikel aus dem Sortiment zu nehmen, unter ihnen C&A, Karstadt, P&C und Kaufhof. Für die Göttinger Tierbefreier_innen kein Grund sich zurück zu lehnen. Der folgende Artikel der AOG zeigt, wie die Pelzindustrie abseits von großen Kampagnen unter Druck gesetzt werden kann:*

Im vergangenen Winter (2008/09) überprüften wir, die Antispe Offensive Göttingen, 74 Bekleidungsgeschäfte der Göttinger Innenstadt. Dabei wurde in 15 Geschäften sicher Pelz gefunden (Lammfell zählen wir auch dazu), in drei weiteren fanden wir Pelzbesätze, die aber nicht als solche deklariert waren. Eine dieser nicht-deklarierten Artikel war eine Damenjacke von Benetton. In den anderen Geschäften fanden sich weitere namhafte Hersteller, unter anderem Max Mara. Auch überregional vertretene Geschäfte profitieren in Göttingen vom Pelzhandel, z.B. Apanage, Lucia und Signum. Eine komplette Liste gibt's auf unserer Internetseite, die Adresse ist am Ende des Artikels zu finden.

Die Überprüfung haben wir aus reinem Interesse durchgeführt. Dass der Verkauf von Tierfellen in Göttingen ein solches Ausmaß hat, war für uns überraschend und der entscheidende Grund dafür uns zu organisieren und gezielt dagegen vorzugehen.

Nachdem wir alle Daten zusammengetragen hatten, schickten wir an alle betroffenen Läden ein Anschreiben, in dem wir sie über die Ergebnisse unserer Ermittlungen in Kenntnis setzten. Desweiteren forderten wir (und fordern wir immer noch) den sofortigen, endgültigen und vollumfänglichen Ausstieg jedes dieser Unternehmen aus dem Pelzhandel! Da nach gegebener Frist von ungefähr einem Monate von keinem der Geschäfte eine Reaktion kam, setzten wir die Ankündigung von Protesten, in Verbindung mit einem Boykottaufruf, in die Tat um.

Im April diesen Jahres führten wir die ersten 3 Mahnwachen vor dem Modehaus Schlüter durch. Dies ist stellvertretend für die 14 anderen Geschäfte das Hauptziel der Kampagne. Das Modehaus Schlüter ist ein Familienunternehmen, dass im Jahre 1751 als Pelzwarenfabrik gegründet wurde. Auch der aktuelle Geschäftsinhaber ist gelernter Kürschner. Das Sortiment umfasst inzwischen auch Baumwolle, Seide etc., seit gut 30 Jahren ist Pelz auch nur noch wenig vertreten, für das traditionsbewusste Unternehmen ist Pelz aber weiterhin eine dankbare Einnahmequelle und der Geschäftsführer, Herr Krause, sieht nach eigenen Angaben auch keinen Grund den Handel mit Pelzen einzustellen, solange dieser (Pelz) von Kund_innen weiter nachgefragt wird.

Nach den 3 ersten Mahnwachen gönnten wir den Läden eine Verschnaufpause und kündigten in einem weiteren Schreiben an, dass die Proteste weitergehen werden, solange Pelz Teil des Sortiments bleibt.

Am 23.05.09 startete dann offiziell die Kampagne gegen Schlüter. Seitdem demonstrieren wir jeden Samstag (manchmal auch mehrmals die Woche) in der Innenstadt. Seit Kampagnenbeginn stehen wir allerdings nicht mehr vor Schlüter und werden das in naher Zukunft wohl auch nicht mehr, da uns die Stadt mit Auflagen überhäuft. (Eine ausführliche Stellungnahme zu Auflagen etc. findet sich in Heft 63 der Tierbefreiung) Nun wird geklagt! Da unsere Eilverfahren, bzw. die Anträge auf Prozesskostenhilfe weitestgehend abgeschmettert wurden, tun wir dies nun auf eigene Kosten. Über finanzielle Hilfe würde wir uns sehr freuen! Berichte über Eure Erfahrungen und Feedback sind mehr als willkommen!

Homepage der Antispe Offensive Göttingen:
www.antispeog.blogspot.de

Finanzielle Unterstützung für die Kampagne:

**Konto: Inhaber: Sven Adam | Volksbank Göttingen | Kontonr: 102 458 201 | BLZ: 260 900 50 |
Verwendungszweck: AntispeKampagne (Die Spenden sind nicht steuerlich absetzbar!)**

OGPI

goes

WEB 2.0



Es gibt die Vermutung, dass soziale Netzwerke im Internet in der heutigen Zeit ein wichtiger Bestandteil im Leben vieler Menschen geworden sind. Die "Offensive" teilt diese Ansicht und arbeitet seit einiger Zeit an einem eigenen sozialen Netzwerk in den Weiten des Internets. Das so entstandene Netz soll nicht nur der Verbindung von Aktiven und der Informationsverbreitung dienen, sondern auch zur Falle für die Pelzindustrie werden.

Schaut euch die Accounts an, added sie und empfiehlt sie weiter.

Zusätzlich ist momentan die Erstellung eines Medienarchives in Arbeit. Die jeweiligen Seiten werden sich nach und nach mit Inhalten füllen.

Soziale Netzwerke OGPI:

<http://www.myspace.com/ogpi>

<http://twitter.com/ogpi>

<http://bewegung.taz.de/organisationen/offensive>

Medien OGPI:

[Http://www.flickr.com/photos/40702892@N06](http://www.flickr.com/photos/40702892@N06)



Flyer-Bestellung

Zu nahezu jeder gelungenen Aktion im Bereich der Antipelzarbeit gehört es, der Öffentlichkeit gute Informationen zukommen zu lassen. In den meisten Fällen werden für diesen Zweck Flyer verwendet. Genau diese stellen die "Offensive gegen die Pelzindustrie" und die "Escada-Campaign" auf ihren Homepages zur Verfügung.

Bestellt sie, legt sie aus, verteilt sie.

Das gesamte Material der "Offensive" ist unter diesem Link zu finden:

<http://offensive-gegen-die-pelzindustrie.net/wordpress/infomaterial/offensive-infomaterial/>

Es kann aber auch direkt über diese Email-Adresse bestellt werden:

versand@offensive-gegen-die-pelzindustrie.net

Gerne auch PGP-verschlüsselt. Der entsprechende Schlüssel ist hier zu finden:

[Http://offensive-gegen-die-pelzindustrie.net/PGP_Keys/offensive.pub.asc](http://offensive-gegen-die-pelzindustrie.net/PGP_Keys/offensive.pub.asc)

Den neuen Escada-Campaign-Flyer gibt es in mehreren Sprachen und er kann hier bestellt werden:

<http://antifur-campaign.org/material.php?lang=de>

Oder direkt über diese Email-Adresse:

order@antifur-campaign.org

Den dazugehörigen PGP-Key findet ihr hier:

<http://antifur-campaign.org/contact.php?lang=de>