

Pressemitteilung

(Stand: 22.02.2012)

Tierrechtsinitiative Köln geht massiv gegen Kaufhof vor

Die TiK – Tierrechtsinitiative Köln – protestiert ab sofort immer samstags vor Kaufhofs Flaggschiff-Filiale in der Schildergasse. Blutige Videos von Lamm- und Kaninchen-Schlachtungen und unzensierte Fotos sorgen für Transparenz und werden Kaufhofs heimlichen Wiedereinstieg in den Echtfellhandel vereiteln.

Auch in zahlreichen anderen Städten darf am kommenden Aktionswochenende mit entschlossenen Protesten und mächtig Action gerechnet werden.

Zum Hintergrund:

Die Tierrechtsbewegung konnte Kaufhof 2006 zu einem Ausstieg aus dem Pelzhandel drängen. Noch 2010 versprach das Unternehmen schriftlich „*Ein Verkauf von Kaninchenfellartikeln kommt für die GALERIA Kaufhof GmbH nicht in Frage.*“ Doch schon 2011 entdeckten Tierfreunde wieder Echtfellprodukte im Sortiment. Im Februar 2012 musste der Konzern auf Nachfrage der TiK zugeben, man verkaufe wieder Echtfellprodukte von Ziegen, Lamm und Kaninchen. Ein nicht-hinnehmbarer Wortbruch!

Was passiert nun?

Die OGPI¹ – Offensive gegen die Pelzindustrie – ruft für das kommende Wochenende zu städteübergreifenden Aktionstagen gegen den Pelzverkauf bei Kaufhof auf.²

Solange das Unternehmen Tiere zu Fellkrägen, Pelzärmeln, o.ä. verarbeitet, wird die TiK möglichst realitätsnah über Kaufhofs Taten informieren. Und zwar mittels ganztägigen Infoständen, energischen Demonstrationen, Flugblattverteilung und Schlachtvideo-Vorführungen direkt vor den Filialen. Wir zeigen statt Videos von *grausamen Einzelfällen* die (mit Zustimmung der Schlachthofbetreiber gefilmte) *grausame Normalität* in Vorzeigebetrieben.

„Wir lassen nicht zu, dass Kaufhof die blutige Wirklichkeit hinter einer glitzernden Werbefassade versteckt.“, so Theo Mech von der Tierrechtsinitiative Köln.

Ist die Berichterstattung fair?

Die TiK schickte das Filmmaterial³ vorab der GALERIA Kaufhof GmbH zur Prüfung und fragte, ob es den Tod der Kaufhof-„Echtfellprodukte“ zutreffend widerspiegelt. Im Interesse größtmöglicher Objektivität geben wir Kaufhof sogar die Gelegenheit, eigenes Videomaterial von Schlachtungen beizusteuern oder uns einen Drehtermin in einem Kaninchen-Schlachthof ihrer Wahl zu ermöglichen.

Die TiK geht sogar noch weiter: Die Initiative hat eine/n Unternehmenssprecher/in zu den Demonstrationen eingeladen. „Wir legen unseren tierfreundlichen Standpunkt dar. Also ist es nur fair, wenn auch Kaufhof unsere Videos live in der Fußgängerzone kommentieren darf.“ so Theo Mech. „Falls das Unternehmen jedoch nicht den Mumm hat, seinen KundInnen die mörderische Realität zu erklären, dann sollte es schleunigst mit dem Töten aufhören.“

Welche Gründe führt Kaufhof an?

1. Kaninchen seien keine Echtpelzprodukte sondern Echtfellprodukte.
2. Die Tiere würden für den menschlichen Verzehr getötet, Kaninchen & Co. sei Abfallprodukt.

Gründe für den Wortbruch (2010: „keine Kaninchenfelle“, 2011: Verkauf von Kaninchenfellen) wurden uns nicht genannt. Kritischen JournalistInnen empfehlen wir, bei dem Unternehmen nachzufragen.

Kurze Entgegnung der TiK:

- Zu 1: Unsere Erfahrungen mit Anti-Pelz-Kampagnen (über 10 Jahre) zeigen: PassantInnen ist es egal, ob der Nerz, das Lamm oder das Kaninchen, zu „Echtpelz“ oder „Echtfell“ werden. KundInnen, die zappelnde Tiere mit durchgeschnittener Kehle sehen, reagieren wütend auf solche Wortklaubereien großer Konzerne.
- Zu 2: (a) „Abfallprodukt“ ist ein Mythos⁴ – bis zu 60% des Kaninchenschlachtpreises ist Fell-Preis
(b) Kaufhof gab im Dez. 2011 zu: transparenter Standard für Rückverfolgung aus Lebensmittelherstellung fehlt + Transparenz der eigenen Lieferkette sei verbesserungswürdig.⁵
(c) Fleisch ist unnötig. Niemand braucht Fleisch zum Überleben – strenggenommen ist der Tod eines Tieres für den „Luxus“ Fleisch ähnlich sinnlos wie für den „Luxus“ Pelz.

Wie geht es weiter?

Es ist nicht die Frage, ob Kaufhof aus dem anachronistischen Todeshandel aussteigt, sondern wann. Die beeindruckende Liste der abgeschlossenen OGPI-Kampagnen zeigt: Ob die Proteste vier Jahre dauern (P&C 2002-2006) oder nur zwei Wochen (Kaufhof 2006) entscheiden die Firmen. „Aber“, erläutert Theo Mech, „Kaufhof hat nur eine Möglichkeit, die Dauerproteste der TiK und der Tierrechtsbewegung zu stoppen: Durch vollumfänglichen Ausstieg aus dem Echtfellhandel.“

Die TiK ruft alle Tierfreunde auf: „Unterstützen Sie die Demonstration am 25.02.2012 um 18:00 Uhr vor Kaufhof in der Schildergasse. Je mehr Menschen mithelfen, desto früher wird Kaufhof aussteigen und desto weniger Kaninchen, Ziegen und Lämmer werden für die Mode sterben.“

Die weiteren Termine (vorläufig – aktuelle Informationen www.ti-koeln.de)

25.02. Infostand, Unterschriftensammlung, Flugblattverteilung⁶ **ganztägig**

Mahnwache mit Videovorführung: **ab 18.00 Uhr**

03.03. Infostand, Unterschriftensammlung, Videovorführung

10.03. Infostand, Unterschriftensammlung, Videovorführung

17.03. in Planung

24.03. Die TiK ruft zu einem Marsch vom Rudolfplatz zur Kaufhof-Zentrale (Leonhard-Tietz-Straße) und zur Flaggschiff-Filiale (Schildergasse) auf (im Anschluss an die Zoophilie-Demo)

31.03. Flugblattaktion bei mehreren Filialen gleichzeitig

TiK - Tierrechtsinitiative Köln
Pressekontakt: Herr Theo Mech
e-mail: info@ti-koeln.de
Internet: www.ti-koeln.de, www.koeln-pelzfrei.de
Anschrift: Postfach 27 04 01, 50 510 Köln

Die Tierrechtsinitiative Köln ist ein Zusammenschluss von aktiven Tierrechtlerinnen und Tierrechtlern aus dem Rheinland. Durch Aktionen, politische Initiativen und Öffentlichkeitsarbeit weist sie auf das alltäglich stattfindende Leid der Tiere in unserer Gesellschaft hin mit dem Ziel, die Situation für die Tiere entscheidend zu verbessern.

Für Ihre journalistische Recherche einige Quellenangaben / empfehlenswerte Informationen:

- 1 Detaillierte Infos zu aktuellen und erfolgreich abgeschlossenen OGPI-Kampagnen – für neugierige JournalistInnen: <http://offensive-gegen-die-pelzindustrie.net/wordpress/kampagnen/>
- 2 OGPI-Pressemitteilungen zu den Aktionstagen: <http://offensive-gegen-die-pelzindustrie.net/wordpress/2012/pressemitteilung-aktionstag-kaufhof/>
<http://offensive-gegen-die-pelzindustrie.net/wordpress/2012/kaufhof-aktionstag-update/>
- 3 Die blutigen Videos, die wir vorführen werden, finden Sie hier: (Quelle: Igualdad Animal)
<http://vimeo.com/5632470> (Kaninchenschlachthof)
<http://vimeo.com/5632402> (Lammschlachthof)
- 4 Mythos „Abfallprodukt“, typische Haltungsbedingungen: <http://www.peta.de/web/kaninchenpelz.1835.html>
- 5 Email Kaufhof an OGPI, Dezember 2011:
„Derzeit fehlt ein transparenter und unabhängiger Standard für die Rückverfolgung der Herkunft aus der Lebensmittelherstellung. Daher sind wir auf den offenen Dialog mit unseren Lieferanten und deren schriftliche Aussage angewiesen. Gemeinsam mit unseren Lieferanten werden wir daran arbeiten, die Transparenz in unserer Lieferkette weiter zu verbessern.“
- 6 Kaufhof-Flugblätter: <http://offensive-gegen-die-pelzindustrie.net/downloads/flyer-kaufhof-2012.pdf>

Abgeschlossene OGPI-Kampagnen / Pelzausstiege

2001 :: Otto-Versand

2002 :: Karstadt-Quelle AG

2002 :: Nerzfarm Roßberger

2003 :: C&A

2006 :: Peek & Cloppenburg

2006 :: Appelrath-Cüpper

2006 :: Schöps

2006 :: Turek

2006 :: Kaufhof (rückfällig geworden 2011 („Echtfellprodukte“))

2007 :: Adler Modemärkte

2007 :: Gerry Weber (rückfällig geworden 2011 („Echtfellprodukte“), wieder ausgestiegen 2012)

2007 :: Sinn Leffers

2007 :: Bonita

2008 :: Globetrotter

2008 :: Vögele

2009 :: BiBA

2010 :: ESCADA

2011 :: Nerzfarm Orsbach & diverse kleinere Pelzfarmen

2012 :: Nerzfarm Nettetal





Ist es wirklich DAS ...

... was Kaufhof verteidigt?