



Pressemitteilung

## **Informieren Sie sich, bevor Sie kaufen!**

**Auch wenn die Modebranche jeden Herbst ihre PR-Maschine anwirft, um die Zustände schönzureden: An den grausamen Methoden der Jagd, der Haltung und der Tötung von Tieren zu Modezwecken hat sich nichts geändert. Selbst Haushunden oder Büsis wird unterdessen das Fell über die Ohren gezogen.**

Zürich, 13. November 2006. – Pelzprodukte, vor allem in Form von Accessoires, prägen den aktuellen Modewinter. Bilder von Models, die einst nackt auf dem Laufsteg gegen die Pelzindustrie demonstrierten, sind vergessen. Gerade für Accessoires werden diese Wintersaison en masse Pelze von Tieren verarbeitet, die allesamt nicht für die Zucht geeignet sind. Denn: Es gibt keine tiergerechte und somit tierschutzkonforme Pelztierhaltung. Davon lassen sich die Topdesigner aber nicht beirren: Nur wenige der Stardesigner verzichten heute – wieder – auf die Verarbeitung von Echtpelz. Diese Entwicklung wurde von der Pelzindustrie mit viel Geld subventioniert. Für Accessoires aber gibt es weder eine eindeutige und zuverlässige Herkunftsdeklaration, noch ein Label für tierschützerische Unbedenklichkeit. Was bei Fleisch und Gemüse heute selbstverständlich ist, fehlt in der Welt der Mode. Der Zürcher Tierschutz will – unter anderem mit seiner Kampagne – erreichen, dass Konsumentinnen und Konsumenten sich auch beim Kauf von modischen Artikeln orientieren können.

### **Labelling**

Der internationale Pelz-Fachverband (ITF) hat Richtlinien herausgegeben, die auch für die Schweiz gelten. Ein gut sichtbares Etikett soll Auskunft geben über die Tierart mit der wissenschaftlichen Artbezeichnung in Lateinisch, Englisch und der Landessprache. Der Schweizerische Pelzfachverband (SPFV) schreibt seinen Mitgliedern ein Zertifikat vor, welches neben der Fellbezeichnung auch Auskunft gibt über die Herkunft der entsprechenden Felle, die Art der Gewinnung, die Bezeichnung der Veredlungsart und die Verarbeitungstechnik. Bezeichnenderweise sagen diese Zertifikate nichts über die tierquälerische Haltung oder Tötung der verwendeten Tiere aus. Bei Accessoires und Kleidern mit Pelzbesatz aus Warenhäusern fehlen sogar diese Etiketten, und oft sind die Bezeichnungen irreführend (z.B. «asiatischer Waschbär» für «Haushund»). Auch im Versandhandel ist die nicht transparente Kennzeichnung Gang und Gäbe. In verschiedenen Katalogen finden Sie Pelz-Namen, die keinem uns bekannten Tier zugeordnet werden können. Verschleierung lautet auch hier die Devise. Diesem Missstand will der Zürcher Tierschutz mit seiner Kampagne entgegenwirken. Er fordert eine klare Deklaration aller Pelzprodukte in sämtlichen Anwendungen. Damit Sie wissen, was Sie kaufen!

### **Aktuelle Kampagne des Zürcher Tierschutzes**

Seit Ende Oktober werden Sie in den Transportmitteln der VBZ von Plakaten mit dem Slogan «Würden Sie Ihrem Hund das Fell über die Ohren ziehen? Andere tun es.» begleitet. Und als Kinobesucherin bzw. -besucher in der Stadt Zürich, in Winterthur, Uster, Kloten, Dübendorf, Freienstein und Dietlikon sowie als TeleZüri-Zuschauerin bzw. -Zuschauer werden Sie in einem Spot mit dem traurigen Schicksal von Hauskatzen konfrontiert, die auf Farmen ein elendes Dasein fristen, bevor sie zu Fell verarbeitet werden. Diese Katze treffen Sie dann möglicherweise im Warenhaus wieder als Fell einer Kapuze an, deklariert als Genotte – was nichts anderes als ein «Büsi» bzw. eine «Hauskatze» ist resp. war. Informationen über die irreführende Namensgebung und das effektive Tier, das dahinter steckt, finden Sie unter [www.pelzinfo.ch](http://www.pelzinfo.ch).

Die Plakat- sowie Spot-Aktion läuft noch bis Anfang bzw. Mitte Januar 2007.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.pelzinfo.ch](http://www.pelzinfo.ch) oder [www.zuerchertierschutz.ch](http://www.zuerchertierschutz.ch). Fragen beantwortet Ihnen auch Susanne Aebersold, [susanne.aebersold@asm-cc.ch](mailto:susanne.aebersold@asm-cc.ch) oder 079 631 72 25.

Zürcher Tierschutz, Zürichbergstrasse 263, 8044 Zürich, [www.zuerchertierschutz.ch](http://www.zuerchertierschutz.ch).