

„Das könnte Signalwirkung haben“

P & C Düsseldorf verkauft keine Pelze mehr und sorgt für Diskussionen in der Branche



Vor Häusern von P & C Düsseldorf – wie hier vor einigen Jahren in Mannheim – wird es wohl keine Protestaktionen mehr gegen den Verkauf von Pelzen geben. Foto: www.react-online.de

Es waren nur zwei Sätze. Aber die hatten es in sich: „Die Peek & Cloppenburg KG Düsseldorf wird für das Geschäftsjahr 2007 weder Pelze noch Bekleidung mit Pelzbesatz einkaufen. Die aktuellen Warenbestände des Jahres 2006 werden bis zum 31.12.2006 abverkauft.“ Mit dieser knappen Pressemitteilung sorgte der Düsseldorfer Bekleidungsfilialist vergangene Woche für Aufsehen. Seit einigen Jahren ist P & C erklärtes Ziel von Tierschützern, die gegen den Verkauf von Pelzen protestieren. Und zwar nicht nur mit Boykottaufrufen vor den Filialen. Sondern auch mit Sachbeschädigungen und so genannten Home-Demos vor Privathäusern der Geschäftsführer und Gesellschafter.

Susanne Kolb-Wachtel vom Deutschen Pelz-Institut überraschte vor allem der Zeitpunkt der Entscheidung. „Das Unternehmen hat gerade in den vergangenen Jahren engmaschige Kontrollnetze aufgebaut, die Einkäufer sind auf Farmen gefahren, waren auf Auktionen, wussten, von welchen Far-

men die Ware kommt. Wozu dieser Aufwand?“ Für „etwas übertrieben“ hält auch Wolfgang Wandel von Taifun die Aktion von P & C. Wobei er einräumt, dass das Unternehmen „immer ein bisschen mehr in der Öffentlichkeit steht als andere“. Aber auch bei der Gerry Weber-Tochter sorgt diese Entscheidung für Diskussionen. „Bei der nächsten Asienreise werden wir sicher mit unseren Lieferanten darüber sprechen.“ Er wird jedoch an dem modischen Thema Pelzbesatz festhalten. Dabei gehe es vor allem um Kaninchenfelle von Zuchtfarmen. „Wo soll man da die Grenzen ziehen? Wenn das abgelehnt wird, dürfte man auch kein Lammnappa verkaufen.“

Modisch. Eine mögliche Grenze ist die abschließliche Verarbeitung von Nutztierfellen. Also keine Felle von Tieren zu verwenden, die nur zu diesem Zweck gezüchtet und geschlachtet werden. Das ist zum Beispiel die Grenze, die Karstadt vor

einigen Jahren gezogen hat. Im Handel ist es vor allem der maßvolle Einsatz von Echtpelzen, der als vertretbar gilt und von den Kunden akzeptiert wird. Das ergab eine Umfrage im TW-Testclub. „Pelze sind immer ein Reizthema. Als Schmücker sind sie bei uns aber gut zu verkaufen“, heißt es zum Beispiel bei einem DOB-Spezialisten. Insgesamt führen 43% der befragten Einzelhändler Pelze, bzw. Bekleidung mit Echtpelzbesatz.

Pragmatisch. Wer keinen Pelz führt, tut das meist aus ganz pragmatischen Gründen: 80% der „Verweigerer“ geben an, dass Pelz nicht zu ihrem Sortiment passt. Jeder Vierte (24%) lehnt es aus Gründen des Tierschutzes ab. Nur 9% der Befragten führen aus Imagegründen keinen Pelz, bzw. weil sie keinen Ärger mit Tierschützern wollen. Dieser Anteil könnte sich aber nach der P & C-Entscheidung erhöhen. „Wir werden in Zukunft sicher sensibler mit Pelzen verfahren müssen“, heißt es bei einem DOB-Haus aus Münster.

„Diese Entscheidung könnte Signalwirkung für den Markt haben“, meint auch Ingo Hesse, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb bei Basler. Und es gibt bereits erste Reaktionen aus dem Handel. „Sie können davon ausgehen, dass es von uns in Kürze eine ähnliche Mitteilung geben wird wie von P & C Düsseldorf“, sagt Werner Arndt, Einkaufsleiter bei Appellath-Cüpper. Man sei bisher von Protestaktionen der Tierschützer weitgehend verschont geblieben. Dazu will man es aber gar nicht erst kommen lassen. Etwas einfacher haben es da Einzelhäuser, die weniger im Fokus der Aktivisten stehen. Ein Münchener Luxus-Händler berichtet von guten Umsätzen mit dem modischen Thema Pelz. „Natürlich haben wir auch Kundinnen, die Pelz ablehnen. Aber die sind so tolerant, dass sie anderen die Entscheidung selbst überlassen.“ ■

MARA JAVOROVIC

MEINUNG

Der Verbraucher will's wissen

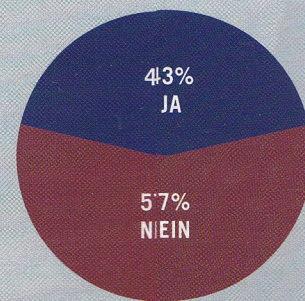
Jetzt also doch. Kein Pelz mehr bei P & C. Für die Industrie heißt es nun zunächst: Alternativen anbieten. Denn die wird der Handel nachfragen. Es geht immerhin um ein beachtliches Umsatzvolumen. Mit pelzverbrämten Jacken lassen sich nun einmal höhere Preise erzielen. Und die Entscheidung könnte Signalwirkung auf die Branche haben. Nicht aus Gründen des Tierschutzes. Sondern allein aus kalkulatorischen Motiven. Es kann sich rechnen, sich mit weißer – pelzfreier – Weste zu präsentieren. Das wird sich Harro Uwe Cloppenburg gedacht haben. Seine Entscheidung kann sicher auch als Signal für eine Öffentlichkeit

gelten, die sich immer stärker informiert. Die aufgeklärter ist und interessierter an der Herkunft von Produkten. An deren sozialer und ethischer Vertretbarkeit. Dafür steht auch der wachsende Erfolg der neuen Socialwear-Bewegung – wenn auch bisher in einer Nische.

Kann es ethisch unbedenklichen Pelz geben? Diese Frage muss jeder Konsument selbst beantworten. Aufgabe des Händlers kann es nur sein, dem aufgeklärten Kunden kompetent Auskunft zu geben. Zum Beispiel über die Richtlinien, an die sich seine Lieferanten von Pelz-Produkten halten müssen. MP ■

DIE HÄLFTE HAT'S

Anteil der Einzelhändler, die Pelze oder Bekleidung mit Pelzbesatz führen



Quelle: TW-Testclub