

Ist *Echtpelz* tatsächlich ein modisches Auslaufmodell?

Viele Fashionbrands setzen auf Fake statt Fur, aber auch in Zukunft werden der Pelzbranche die Felle nicht davonschwimmen.

BRITTA BIRON

Wien/Paris. Am Anfang der menschlichen Bekleidung stand nicht, wie die Bibel meint, das Feigenblatt, sondern Pelz. Im Lauf der Jahrtausende entwickelte der Homo Sapiens auch andere Materialien, um sich vor der Witterung zu schützen, seine Blößen entsprechend der jeweils geltenden sozialen Regeln zu bedecken und seinen gesellschaftlichen Status zu unterstreichen. Auf Pelz hat er dabei nie verzichtet, ihn – je mehr die praktische, wärmende Funktion in den Hintergrund rückte – sogar zum Luxusobjekt hochstilisiert.

Diesen Status scheint Pelz jetzt allerdings zu verlieren. In den letzten beiden Jahren haben sich zahlreiche Hersteller und Händler von Luxusfashion, darunter Gucci, Versace, Net-à-Porter, Donna Karan, Michael Kors, Giorgio Armani, Diane von Furstenberg, Hugo Boss, Ralph Lauren, Breuninger, Coach oder Burberry, entschieden, Pelz aus ihren Kollektionen und Sortimenten zu verbannen. Argumentiert wird mit Nachhaltigkeit, Ethik und damit, dass der Kunde heute Kleidung wünsche, für die kein Tier leiden muss.

Konsumenten zeigen ...

Wie ausgeprägt dieser Wunsch tatsächlich ist, bleibt allerdings unklar bzw. hängt von der konkreten Fragestellung ab. Die häufig verwendete Formulierung „Ist das Töten von Tieren für Pelzprodukte vertretbar?“ wird mehrheitlich in praktisch allen westlichen Ländern mit einem klaren Nein beantwortet. Deutlich weniger kritisch scheinen

„Pelz ist ein wertvolles Naturprodukt und sollte als solches geschätzt werden.“

OTMAR SLADKY, VORSITZENDER DER KÜRSCHNERINNUNG

die Verbraucher aber zu sein, wenn der *modische* Aspekt im Vordergrund steht. So hat das Bonner Marktforschungsinstitut heuer gefragt: „Gefällt Ihnen der Modetrend mit Pelz-Besatz an Jacken und Accessoires?“ und knapp 55% der 18- bis 29-Jährigen haben mit „ja“ geantwortet. Und es bleibt nicht bei der theoretischen Befürwortung, die Produkte werden auch gekauft.

... sich ambivalent

Ob dahinter eine bewusste Entscheidung steht oder Unwissenheit, sollten Studenten für Textilmanagement an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Ravensburg im Auftrag von ARD und dem Bayerischen Rundfunk herausfinden. Anfang des Jahres wurden dafür in 37 deutschen Städten Interviews mit 2.000 Pelzträgern geführt. Bei zwei Drittel



© IFF (3)



Auch wenn die Liste der Pelz-freien Modelabels immer länger wird, sind kostbare Felle längst noch nicht von den internationalen Laufstegen verschwunden.

der Befragten war der flauschige Besatz an Jacken, Mänteln, Mützen & Co aus Kunstpelz. Als Hauptgrund (70%) wurde der Tierschutz bzw. die Anti Pelz-Kampagnen genannt, bei 10% hatte der Preis den Ausschlag gegeben.

Von den Echtpelzträgern gaben 76% an, die kritischen Medienberichte und Anti Pelz-Kampagnen zwar zu kennen, sich aber trotzdem bewusst für den Kauf entschieden hatten – die Mehrheit (62%), weil sie überzeugt ist, dass Echtpelz hinsichtlich Aussehen und Tragegefühl dem Fake Fur überlegen ist. Sieben Prozent halten Medienberichte über schlechte Haltungsverhältnisse in Pelzfarmen für übertrieben oder falsch, ebenso groß ist die Gruppe jener, denen es schlicht egal ist, wie ihr Pelz hergestellt wurde.

Der Kundenwunsch allein kann es also nicht sein, der immer mehr Modelabels dazu veranlasst, auf Pelz zu verzichten.

„Einerseits befreien sie sich von der negativen Aufmerksamkeit der Anti-Pelz-Bewegung, die sehr lautstark und auf Konfrontation ausgerichtet ist“, meint Otmar Sladky, Vorsitzender der Berufsgruppe Kürschner, Präparatoren und Gerber in der Wirtschaftskammer Österreich (WKO).

Und tatsächlich waren alle Modehersteller und -händler, die in den letzten Jahren dem Pelz adieu gesagt haben, davor massiv unter medialem Beschuss der Tierschützer. Am Pranger der Fur Free Alliance, einer internationalen Initiative verschiedener Tierschutzorganisationen, steht jetzt Prada und wie

die Beispiele der Vergangenheit zeigen, wird über kurz oder lang auch diese Marke auf Pelz verzichten.

Die Aktivisten von Peta konzentrieren sich derzeit darauf, den Fashionbrands, die sich bisher in Sachen Pelz noch „uneinsichtig“ zeigen, den Onlinevertrieb zu erschweren. Im Zuge des Börsegangs des britischen Shoppingportals Farfetch hat Peta Aktien des Unternehmens erworben. Kurz nach Bekanntwerden ließ Farfetch aber schon verlauten, dass man Produkte mit Echtpelz ohnehin Ende 2019 aus dem Sortiment nehmen werde.

Pelz ist eine Frage ...

Mit der plakativen Ausmusterung von Pelz entkommen die Modemarken aber nicht nur der Kritik der Tierschützer. Sladky vermutet, „dass sie sich damit auch einen schnellen Nachhaltigkeitsbonus erkaufen wollen, anstatt sich den wirklich kritischen Herausforderungen der Modeindustrie zu stellen“.

Immerhin gilt diese nach der Ölindustrie als der größte Umweltsünder weltweit. Laut einem Ende 2017 veröffentlichtem Bericht der Ellen MacArthur Foundation verbraucht die globale Textilindustrie jährlich 93 Mrd. Kubikmeter Wasser sowie 98 Mio. Tonnen Erdöl und Chemikalien. Die CO₂-Emissionen der Branche liegen bei 1,2 Milliarden Tonnen pro Jahr, das entspricht jenem Wert, den die internationale Luft- und Schifffahrt gemeinsam erreicht. Dazu kommt noch rund eine halbe Tonne Mi-

kroplastik, die die Meere belastet, deutlich mehr, als auf das Konto der Kosmetikindustrie geht. Das Ruder konsequent in Richtung grün und nachhaltig herumzureißen, wäre also mit immensem Aufwand verbunden, sowohl organisatorisch als auch finanziell.

Angesichts der aktuellen Diskussion um die akute Kunststoff-Problematik darf man sich die Frage stellen, warum neben Einweggeschirr, Plastikstrohhalm und Coffee to go-Blechern nicht auch Kunstpelze in der Kritik stehen. Die werden, wenn's denn schon pelzig sein soll, gern als echte Alternative propagiert. Zwar gibt es bereits verschiedene biobasierte Kunststoffe. Diese machen allerdings – einerseits aus Kostengründen, andererseits aufgrund noch geringer Verfügbarkeit – nur einen

verschwindend geringen Anteil der gesamten Kunststoffmenge aus.

„Pelz-frei zu werden, ist außerdem sehr einfach zu kommunizieren und bringt den Marken oft eine kostengünstige PR-Kampagne, die von den Medien schnell und weitflächig aufgegriffen wird, ohne dass diese sich tiefgreifendere Fragen stellen“, so Sladky weiter. Etwa jene, was konkret mit dem Begriff Pelz-frei gemeint ist bzw. was genau unter die Bezeichnung Pelz fällt. Und die Antwort ist weniger eindeutig, als man vermuten möchte.

Die Fur Free Alliance definiert Pelz wie folgt: Jede Art tierischer Haut oder Teile davon, im unbearbeiteten oder verarbeiteten Zustand, an dem sich Haare oder Pelzfasern befinden, oder das Fell eines nur für seinen Pelz getöteten Tieres.

... der Definition

So weit, so klar. Die Felle von Rindern, Ziegen und Schafen gelten – obwohl sie sämtliche Definitionskriterien erfüllen, man aber davon ausgeht, dass sie ein Nebenprodukt der Fleischproduktion sind – nicht als Pelz, sondern fallen in die Kategorie Leder. Das Fell des Karakul-Schafs dagegen gehört zu den Pelzen (Persianer), weil das Tier vor allem wegen seines Fells gezüchtet wird. Das Tibet-Lamm wiederum, bekannt für sein besonders langhaariges und seidiges Fell, darf selbiges aber weiterhin für die Mode lassen.

Die Materialbezeichnung sorgt dann für zusätzliche Verwirrung. Die seit heuer „Pelz-freie“ Shoppingplattform Net-à-Porter vermei-



Das Fell des Tibetlammes gilt, anders als jenes des Karakul-Schafs, nicht als Pelz.