

Im Fuchs zum Lunch

Mit Pelz zeigt die urbane Frau ihren wirtschaftlichen Erfolg

Pelz ist im Kommen. Ob am gelben Schottenkaro-Mantel bei Jean Paul Gaultier, Blumenstraubunt eingefärbt bei Prada, Dior oder Versace, als Patchwork-Jacken bei Fendi oder sogar als Swing-Kleid bei Michael Kors – nur wenige Designer verzichten in dieser Wintersaison auf Pelz. Vor allem Nerz und Fuchs flauschen sich um schmale Modenschultern. Rund 400 Modemacher zeigen Pelze in ihrer Kollektion, so die International Fur Trade Federation (IFTF), ein Zusammenschluss nationaler Pelzhandelsverbände. Das bedeute eine Verdoppelung in den letzten 15 Jahren. Doch im Büro, an der Bushaltestelle, beim morgendlichen Brötchenholen? Ist Pelz wirklich im Kommen, jenseits der Laufstege?

„Ja!“, sagt Susanne Kolb-Wachtel, Geschäftsführerin des Deutschen Pelzinstituts. Seit drei Jahren steigen die Umsätze im einstelligen Prozentbereich. Verglichen mit den Ergebnissen in der Textilindustrie, die seit zwölf Jahren ins Minus rutschen, sei dies ein deutliches Zeichen. Weltweit steigen die Verkäufe bereits seit sieben Jahren, so die IFTF.

„Nein!“, sagt Harald Ullmann, Europa-Direktor bei der Tierschutzorganisation PETA, und verweist auf die drastischen Umsatzeinbußen der Pelzindustrie in den achtziger Jahren, von denen sich die Branche nicht erholen werde. Pelz, so Ullmann, begleite ein „Geschmacke“. Jahrzehntelange Aufklärungsarbeit über nicht artgerechte Tierhaltung, Anti-Pelz-Kampagnen mit Prominenten und Protestaktionen bei Modenschauen hätten Wirkung gezeigt. Auf politischer Ebene haben die Tierschützer viel erreicht: Im November 2006 verabschiedete die Bundesregierung ein Gesetz, wonach unter anderem die Käfige in den Pelztierfarmen vergrößert werden müssen.

Zwar liegen die Übergangsfristen bei fünf bis zehn Jahren, aber nach der Umsetzung sei die Pelztierhaltung unwirtschaftlich. Einer der wenigen Punkte, bei dem ihm Susanne Kolb-Wachtel zustimmt.

Doch jenseits verschärfter Tierschutzbestimmungen und Pelztierzucht-Verboten, etwa in Österreich, der Schweiz, Wales, England und Schottland, und einem gestiegenen ethischen Bewusstsein hat sich die Pelzindustrie neue Märkte erschlossen. Es geht nicht mehr um die Industriellen-Gattin, die ihren Zobel beim White Turf in St. Moritz an die Luft lässt, es geht um urbane Geschäftsfrauen. Die neuen Pelze sind alltagstauglich, werden zum Ladies-Lunch zu Jeans ebenso getragen wie zur Opern-Premiere. Mit Omas hantelschwerem Persianer haben die heutigen Kreationen nichts mehr gemein. Eine sechsseitige Anzeigenstrecke mit Entwürfen von Giorgio Armani, Roberto Cavalli oder Julien Macdonald, geschaltet von der IFTF in elf nationalen September-Ausgaben der *Vogue*, sendet die Botschaft: „Not your Grandmother's Fur“. Trendforscher Peter Wippermann sieht Pelze gar in der Kreativien-Klasse angekommen, die ihren sozialen Aufstieg mit Pelzen ironisiere. Ein identischer Siegeszug, so Wippermann, wie der Bleikristall-Boom der Firma Swarovski, ein Zitat historischen Wohlstandes. Bezahlbar ist Pelz vor allem in den Accessoires geworden und damit attraktiv für junge Käuferinnen: als Waschbärkragen am Parka, an Schuhabsätzen, als Tasche oder Hut.

Mode schlägt ethisches Gewissen – auf diese Formel bringt es Kolb-Wachtel. „Die extrem modische Frau interessiert sich nicht für die Herkunft eines Felles“, stellt sie fest. Und Mode-Ikonen wie Kate

Nicht gerade Omas Pelz ist die Abendrobe, die John Galliano für Diors 60. Geburtstag kreiert hat. Foto: dpa

Auch Gucci setzt wieder auf Pelz – als Schal (oben) oder als Besatz (unten). Für kritische Kunden gibt es ihn mit Herkunftsbezeichnung. Fotos: AFP



Moss, Naomi Campbell oder Jennifer Lopez tragen mittlerweile Pelze so selbstverständlich wie die neueste It-Bag. In England, Vorreiter ethischen Bewusstseins, stiegen 2005 die Umsätze um das Dreifache im Vergleich zum Vorjahr. Selbst das dänische Label Noir, das wie kein zweites Luxus mit ethischen Richtlinien verbindet, präsentierte in seiner Winterkollektion Entwürfe aus Fuchs und Ziegenhaar. „Pelz ist Tradition in Skandinavien“, sagt Peter Ingwersen, Chef und kreativer Kopf der Firma. „Wir wollen diese Tradition weiter in modernes dänisches Design entwickeln.“ Die Felle, so Ingwersen, stammen ausschließlich aus Europa und werden nach höchsten Pelztierfarm-Standards produziert.

Um auch Käuferinnen mit ethischen Bedenken zu erreichen, führte die IFTF zum Herbst das neue Origin Assured (OA)-Label ein, das für ein Herkunftsland bürgt, in dem die Zuchtbetriebe Tierschutzstandards einhalten. 75 Prozent aller Felle stammen in Deutschland aus Farmen, weltweit sind es 85 Prozent. „Wir machen das für die Bio-Eierkäuferin“, sagt Kolb-Wachtel trocken.

Vor allem aber wollen sich die Pelzanbieter von Billig-Importen aus China abgrenzen. Nicht nur der mangelnden Qualität wegen – in dem Wirtschaftsboomland, weltgrößter Exporteur von Pelzbekleidung, gibt es kein Tierschutzgesetz. Vor einem Jahr eröffnete PETA ein Büro in Hongkong, doch die Zusammenarbeit mit den Behörden sei, so Ullmann, in dem wenig transparenten Land schwierig. Bei knapp acht Milliarden Euro lagen laut der Tierschutzorganisation Care for the Wild 2003 die Umsätze aus der chinesischen Pelzproduktion, etwa 35,5 Millionen Pelze seien verkauft worden. Dazu kommen importierte Felle. Allein 70 Prozent der gehandelten Pelze auf der „Kopenhagen Fur“, dem größten Auktionshaus für unbearbeitete Felle, gehen nach China. Auch für den eigenen Bedarf. Denn ähnlich wie in Russland, wohin etwa 60 Prozent der Haute-Couture-Pelze verkauft werden, gilt in China ein Pelzmantel als Statussymbol. Und immer mehr Frauen können sich diesen Luxus leisten.

Doch ob Designer Pelz nun zum neuen Muss ausrufen, Tierschutz zum liebsten Ethik-Accessoire wird oder die Wirtschaft Kapriolen schlägt – letztendlich beeinflusst ein ganzer anderer Faktor das Kaufverhalten. „Wenn es bis Mitte Dezember nicht geschneit hat“, sagt Kolb-Wachtel, „dann können wir die Saison vergessen.“

Vanessa Oelker

Pelztäschchen



Leuchtpunkt im Wintergrau: Das Pelztäschchen aus weißem Shadow-Fuchs, eine Kreation von Albert Fröhlich vom gleichnamigen Pelzatelier in München, gibt es in zwanzig Farbvarianten, mit Lack- oder Strasshenkel.

Handschuhe



Stadtfeyner Trapper. Die Mountain Fox Stulpe von Roeckl in Creme ist aus Haarschaf-Nappaleder gefertigt. Futter: 90 Prozent Kaschmir. Passend dazu gibt es den Mountain Fox Reverskragen und den Hut.

Ohrenschützer



Balsam für die Ohren. Die Ohrenschützer aus weißem Shadow-Fuchs in Marlboro-Rot bringen Farbe in die schwarz-graue Winterkollektion. Ebenfalls erhältlich im Münchner Pelzatelier A. Fröhlich.

Fotos: Lehner (2), Roeckl (Mitte)