

Peta-Kampagnen setzen weltweit Unternehmen unter Druck

Von: Dr. Henrik Hofmann

Veröffentlicht am: 12. August 2015

„Wer mit unserer Marke kooperieren möchte, hat ein gutes Standing. Wer nicht kooperieren möchte, muss damit rechnen, dass die Marke Peta gegen ihn eingesetzt wird“, zitiert das [Handelsblatt](#) die Strategie der Tierrechtler. Während die Marke Peta an Macht gewinnt, üben sich Konzerne in Krisen-PR.

Peta, People for the Ethical Treatment of Animals, wurde 1980 von Ingrid Newkirk, einem Hilfs-Sheriff aus Maryland gegründet. Seit dem wächst die Tierrechtsorganisation unaufhaltsam. Und hat sich von einem Häufchen radikaler Spinner zu einem weltweit agierenden Unternehmen entwickelt – mit Lifestyle-Attitüde und ungeheurer Marktmacht. Wobei die Gründerin und Präsidentin unvermindert radikal bleibt. Nach dem aktuell in allen Medien [diskutiertem Tod](#) des Löwen Cecil [forderte Newkirk etwa](#): Der Zahnarzt, der ihn erschossen habe, müsse „ausgeliefert, angeklagt und möglichst gehängt werden.“

[box]"**Noch Tierschutz oder schon Extremismus**" – unter dieser Überschrift hat wir-sind-tierarzt.de-Redakteur Henrik Hofmann einen [Vortrag gehalten, den wir hier zum Download anbieten](#) (PDF)[/box]

Kampagnen und Polemik

Doch neben radikalen Aufrufen fährt Peta bis ins Detail geplante kommunikative Kampagnen, die Konzerne zum Handeln zwingen können. 2014 haben die Tierrechtler zum Beispiel in Enthüllungsvideos gezeigt, wie grausam Krokodile getötet werden, um anschließend als Handtaschen für den Luxushersteller Hermès zu enden. "Der Luxushersteller macht die Schotten dicht und antwortet nicht auf Anfragen, er verschickt lediglich vorformulierte Kommunikués, die von einer internen Untersuchung sprechen" berichtet das [Handelsblatt](#) und stellt fest: "Die Peta-Aktion ist ein kommunikatives Desaster für die erfolgsverwöhnten, milliardenschweren Hermès-Eigner. In den sozialen Netzwerken kritisieren Hermès-Kunden und andere Bürger in sehr großer Zahl die Praktiken des Unternehmens. Das Video mit den scheußlichen Schlachtszenen wurde mehr als 700.000 Mal aufgerufen." Peta USA ist mittlerweile (Klein)Aktionär des rentabelsten aller Luxusimperien geworden – was ihnen Rederecht auf den Hauptversammlungen ermöglicht. „Wir wollen dadurch erreichen, dass sie das Gespräch mit uns aufnehmen“, sagt ein Peta-Sprecher.

Heimtiere: Bald "Nix mehr in Obi!"

Dass nicht nur die Peta-Schwester in den USA zu einer extrem mächtigen Marke geworden ist, hat jüngst die Baumarktkette Obi in Deutschland zu spüren bekommen. „Für OBI werden Tiere gequält! Bitte jetzt aktiv werden auf PETA.de/OBI. Peta stoppt Tierquälerei“, mit dieser Schlagzeile endet der Film, der eine Minute und 20 Sekunden lang Bilder von kranken und toten Tieren auf engstem Raum zeigt – und eine enorme Wirkung entfaltet hat: 50.000 Menschen sind vom 29. Juli bis 4. August 2015 auf diesen Aufruf eingegangen – dann [habe Obi reagiert](#), berichtet das Handelsblatt weiter.

Obi hatte – so Peta – als einziger der in der [Kampagne "Das leiden Kuscheltiere"](#) (*wir-sind-tierarzt berichtete [hier](#)*), bei der es um katastrophale Zustände in der Heimtierzucht ging, vorgeführten Unternehmen nicht mit den Tierrechtlern ge- und Verbesserungen versprochen. Deshalb wurde die Baumarktkette zum Ziel einer eigenen (Video)Kampagne.

Ergebnis: „Die aktuellen Ereignisse haben uns veranlasst, den Ausstieg aus dem Verkauf von Kleintieren für das gesamte Unternehmen festzulegen, das heißt auch für sämtliche von Franchisepartnern geführte Obi-Märkte“, [teilt das Unternehmen mit](#). Auch H&M und C&A waren schon Ziel der Tierrechtler. Bei ihnen ging es um Angorakaninchen.

Peta ist damit seinem eigentlichen Ziel näher, das über Misststände auf das große Ganze zielt: „Wir fordern die Einstellung der Heimtierzucht – das ist ein reiner Industriezweig, der allein der Unterhaltung der Menschen dient“, kündigt Dr. Edmund Haferbeck, Leiter der Wissenschafts- und Rechtsabteilung von Peta in Deutschland, an. Es ist ein (noch) weit entferntes Ziel. Er halte es trotzdem für realisierbar. "Petas Durchschlagkraft wird immer größer dank der neuen Medien, hinzu komme die Erfahrung", resümiert auch das Handelsblatt.

Auch das ZDF beschäftigt sich in einem [Beitrag mit Tierrechtlern und ihren Aktivitäten "Aus Liebe zum Tier"](#).

Quellen:

Lesen sie [hier](#) den ganzen [Artikel im Handelsblatt](#)

[Pressemeldung von Peta zur Obi-Kampagne](#)

[Peta-Kampagnenseite zur Obi-Aktion](#)

[Peta-Pressemeldung zum Kampagnenauftritt gegen Obi](#)

[Presseerklärung von Obi zum Ende des Heimtierverkaufs in 15 deutschen Franchise-Filialen](#)

[Bilder/Video-Screenshot: © Peta](#)

Das Kampagnen-Video hat Peta nach der Einigung mit Obi selbst aus dem Netz genommen – es ist aber weiter auf Youtube verlinkt - etwa [hier](#)