

Tiere als Ersatz für Promis, nochmals Polanski und Freunde zum "Aufschrauben"

27.12.2009
10:09

Pressespiegel zum Wochenende vom 26./27. Dezember 2009



Nach dem tragischen Zwischenfall im **Berner Bärenpark** (wie der **Bärengraben** nun euphemistisch "gebrandet" wird,) ersetzt Bär **Finn** im **Blick** die festtagsbedingte Lücke bei der Cervelat-Prominenz. Er soll, wenn er will (und kann) Vater werden und dann gibt es hürzige Bärli zum Fotografieren, – und alles "tiergerecht" nach Berner Art.



Um die Gerechtigkeit gegenüber von Nutztieren bemüht sich seit mehr als zwanzig Jahren **Erwin Kessler** mit dem [Verein gegen Tierfabriken](#) (vgt). Kessler setzt seit Beginn seiner Kampagnen die **Amateurfotografie** als entscheidenden Informationsträger ein. Die von Aktivist/innen geschossenen Bilder von Käfighühnern und

Käfigkaninchen haben in der Schweiz politisch mehr bewirkt als stundenlange politische Debatten.



Nun hat eine Mitstreiterin wiederum zugeschlagen und der Zürcher Oberländer Vertriebsorganisation **natürli** arg zugesetzt. Mit einer billigen Taschenkamera "besuchte" jemand die Schweineställe der kleingewerblichen Käsereien und hielt die [Haltungsbedingungen](#) fest. Dass die Tiere sonst "glücklich sind" und nur durch das Blitzlicht

aufgeschreckt wurden, wirkt als Gegenargument hilflos.

[natürli](#) produziert von Biosuisse zertifizierten Bio-Mozzarella und verkauft ihn mit Labelgarantie im Zürcher Hauptbahnhof. Das ist korrekt, denn die Zertifizierung beschränkt sich auf das Endprodukt, den Käse. Dass mit der anfallenden Schotte in der Käserei Schweine unter Bedingungen gemästet werden, die man als urbane Biokäuferin lieber nicht sehen würde, ist nicht Teil des Labelprogramms.



Das Bewusstsein für den gesamten Zyklus der Nahrungsmittelproduktion zu schaffen, können nur Bilder. Der **Beobachter** hatte sich vorerst bereit erklärt, die **Reportage des VgT** im Bild zu bringen, doch mit Rücksicht auf **natürli** hat man sich offensichtlich ausgeklinkt. Mag sein, dass Kessler auch Inserenten verärgert hätte. In seinem eigenen Vereinsorgan kombiniert er die Werbung für "glückliche Hühner" von Migros und Coop mit arg zerzaustes Federvieh, das seine Getreuen auf Biobetrieben aufgestöbert haben.