

Gemeinsam gegen den Welpenhandel! Initiative „Welpen sind keine Ware“ will die europäische Hundemafia stoppen.

Aktionsbündnis rät: Kein Kauf von Welpen aus dem Internet, vom Markt, aus dem Kofferraum eines Autos oder aus einem Zoogeschäft.

Hamburg, 07. Januar 2013 – Mit der Initiative „Welpen sind keine Ware“ setzen sich der Verband für das Deutsche Hundewesen (VDH), die Tierschutzorganisation TASSO, Europas größtes Hundemagazin DOGS und weitere Tierschutzorganisationen ab sofort gemeinsam gegen den Welpenhandel ein. Ziel ist es, die breite Öffentlichkeit und die Politik auf das zunehmende Problem der Welpenmafia aufmerksam und die drohenden Folgen bewusst zu machen. Das Zentrum der europäischen Welpenproduktion befindet sich in Ost- und Südosteuropa. Von Polen über die Ukraine und Rumänien bis Bulgarien werden unter schlimmsten Bedingungen Welpen wie am Fließband gezüchtet, oft viel zu jung der Mutter entrissen, um dann krank, unterernährt und meist ohne gültige Impfungen Richtung Westen verschickt zu werden.

Drehscheibe für den Welpenvertrieb sind Belgien und die Niederlande. Verlässliche Zahlen gibt es nicht. Der frühere niederländische Landwirtschaftsminister Cees Veermann ging allerdings davon aus, dass zwei Drittel der in seinem Land verkauften Hunde aus osteuropäischen Produktionsstätten stammen. In Belgien soll der Anteil sogar 80 Prozent betragen. Diese Länder bieten sich an, weil z.B. in Holland jeder Tierarzt einen ausländischen Hundepass legal in einen holländischen umschreiben kann. So gilt der Welpe dann nicht mehr als Ostimport, sondern als Tier aus Holland und lässt sich besser weiterverkaufen. Die lebende Fracht wird mit frischen Papieren ausgestattet in andere europäische Länder wie Deutschland, aber auch Frankreich, Italien oder sogar Spanien verschickt. Dabei gilt: Rund die Hälfte der Billigtierchen sind ernsthaft krank. Zudem leiden die jungen Hunde häufig unter Sozialisierungsschäden.

Zum Start des Aktionsbündnisses zeigt DOGS die Hintergründe und Ursachen des europäischen Welpenhandels auf und berichtet in der heute erscheinenden Ausgabe 1/2013 ausführlich über das Thema. Zudem liegt dem Lifestyle-Magazin für Hundefreunde der Aktions-Aufkleber zur Initiative bei.

DOGS-Chefredakteur Thomas Niederste-Werbeck: „Da der freie Warenverkehr in der EU oberstes Gebot hat, sind Politik und Justiz beim Thema Welpenhandel bisher keine Hilfe. Unsere Initiative ‚Welpen sind keine Ware‘ setzt daher auf aufgeklärte Hundebesitzer. Welpenkauf bei Billigheimern muss so geächtet werden wie früher das Tragen von Pelzmänteln.“

Das Aktionsbündnis „Welpen sind keine Ware“ ruft Hundekäufer zu Besonnenheit auf und gibt ihnen folgenden Leitfaden an die Hand:

- Kein Kauf von Welpen aus dem Internet, vom Markt, aus dem Kofferraum eines Autos oder aus einem Zoogeschäft.
- Keine Spontankäufe von Hunden, erst recht nicht aus Mitleid.
- Wer einen Welpen kauft, sollte sich immer das Muttertier zeigen lassen und darauf achten, dass die Welpen nicht fremdeln.

- Ein Züchter, der nicht genau wissen will, wo sein Hund hinkommt, hat kein Vertrauen verdient.

Seit 2011 gibt es die Arbeitsgemeinschaft Welpenhandel. Mit der Initiative „Welpen sind keine Ware“ bringt diese Arbeitsgemeinschaft nun noch mehr führende Organisationen, Vereine, Experten und Medien zum gemeinsamen starken Handeln zusammen. Weitere Mitglieder neben dem VDH, Tasso und DOGS sind der Bund gegen Missbrauch der Tiere, die Tierärztliche Vereinigung für Tierschutz und die Gesellschaft für Tierverhaltensmedizin und -therapie. Mehr Informationen unter: www.wuehltischwelpen.de

Weitere Informationen zum Thema und Bildmaterial senden wir auf Anfrage gern zu.

Über DOGS

DOGS ist das Lifestyle-Magazin für Hundefreunde – einzigartig auf dem deutschen Markt. Es handelt von der Beziehung zwischen Mensch und Hund. Die exklusive Themenmischung verbindet Emotion und Wissen auf höchstem Niveau: Geschichten aus der Welt der Vierbeiner, Spaziergänge mit prominenten Hundebesitzern, Reise- und Lifestyle-Reportagen sowie viel Wissenswertes über Erziehung, Verhalten und Psychologie. Einzigartige Bildstrecken von internationalen Fotografen und außergewöhnliche Illustrationen vermitteln ein neues, oft überraschendes Image von Hunden und geben dem Magazin seinen besonderen Charakter. DOGS erscheint sechs Mal im Jahr und kostet 5,50 Euro.

Pressekontakte

G+JLIFE
Leitung PR/Kommunikation
Petra Rulsch
Am Baumwall 11
20459 Hamburg
Telefon: +49 (0) 40 / 37 03 - 55 04
E-Mail: rulsch.petra@guj.de
www.dogs-magazin.de
www.guj.de

G+J LIFE
Referentin PR/Kommunikation
Verena Steinkamp
Am Baumwall 11
20459 Hamburg
Telefon: +49 (0) 40 / 37 03 - 24 77
E-Mail: steinkamp.verena@guj.de
www.dogs-magazin.de
www.guj.de