
Datum : Dienstag, 16. August 2005, 11:46
Betreff: Newsletter LIDL-Kampagne
Dateien: <none>

Der erste Newsletter zur LIDL-Kampagne

- 0. Was will der Newsletter?
- 1. Kurzbericht erste Aktion
- 2. Mitmach-Aufruf
- 3. Erfolgreiche Aktionen - mit eigenen und bundesweiten Materialien

0. Was will der Newsletter?

Neuigkeiten, Material und mehr zur Discounter-Kampagne von Attac.

Diesem Newsletter sollen monatlich weitere folgen. Er soll helfen, in der Discounter-Diskussion "up-to-date" zu bleiben und Erfahrungen und Pläne auszutauschen. Der erste Newsletter geht über die Attac-Gruppenliste. Wir richten jedoch jetzt eine weitere Liste ein lidl-kampagneninfo@listen.attac.de, die von allen Interessierten abonniert werden kann. Einfach eine Antwort an jutta@attac.de - und schon geht's los!

1. Die erste Aktion - Auftakt für mehr:

Protest gegen Dumping in Göttingen

Über 150 AktivistInnen kamen zusammen, um vor einer Göttinger LiDL-Filiale zu demonstrieren: "LiDL ist billig - wer bezahlt?", fragte das große Transparent, das drei KlettererInnen vom Giebel der Filiale herabließen. In großen Buchstaben war die Forderung neben dem Original LIDL-Logo zu lesen: "Stoppt Umwelt-, Sozial- und Preisdumping!" Eine Theatergruppe zeigte ein beeindruckendes Stück: Als Rhythums-Karawane traten VerkäuferInnen, Zulieferer und ProduzentInnen des Einzelhandels auf. Immer schneller mussten die Kassiererinnen in ihren Kitteln mit Firmenlogo arbeiten, immer schneller mussten die Lieferanten die Säcke auf die Schultern schwingen, immer schneller die Menschen in der Produktion ihre Handgriffe erledigen.

Als der Arbeitsrhythmus kaum noch steigerbar war, brachen sie zusammen. Drei Herren im Jackett, einer davon mit Dieter-Schwarz-Maske zogen und zerrten zunächst vergeblich an den Erschöpften. Dann jedoch erhoben sich die Geschwächten und schnappten sich ihre Antreiber. Unversehens fanden sich Herr Schwarz und Co in der gnadenlosen Akkordkette wieder und erfuhren am eigenen Leibe, was dieser Arbeitsdruck bedeutet.

Überdimensionierte Lidl-Tüten mit je zwei Beinen verteilten Flyer. Die Tüten sind bedruckt mit thematisch passend abgewandelten LiDL-Logos und den Forderungen "Stopp Sozialdumming", Stopp Umweltdumping" bzw. "Stopp Preisdumping". Eine schöne Aktion mit guten Gesprächen und etlichen Journalisten.

Siehe auch: www.attac.de

2. Mitmach-Aufruf

Das Sommerloch geht - die Kampagne kommt!

Attac startet die Lidl-Kampagne - gegen Umwelt-, Sozial- und Preisdumping. Wir nehmen uns den Discounter vor, der heftiger als alle anderen MitarbeiterInnen schikaniert, Preiskämpfe zu Lasten der ProduzentInnen führt und sich durch massive Verschleierung Kontrolle und Kritik entzieht. Wir kämpfen für globale Soziale Rechte und fordern von LiDL-Chef Dieter Schwarz als ersten Schritt u.a.: "Karten auf den Tisch - Produktgeschichte offenlegen!"

Attac-Gruppen und andere Initiativen sowie Einzelpersonen sind aufgerufen, sich jetzt zu beteiligen!

2600 Filialen in unserem Land können besucht werden und überall sind Menschen zu finden, die dem Dumming-Meister Schwarz deutlich machen können: Das geht zu weit! Lidl ist nicht zu billigen!

Mit dem Ende der Sommerpause könnte Eure Einarbeitung und/oder Aktionsplanung beginnen. Die bundesweite Kampagnengruppe unterstützt Euch gerne, hilft bei Fragen und ist selbstverständlich auch offen für Kritik. Und sie ist offen für die Mitarbeit von Interessierten, die etwas Zeit und Energie für überregionale Begleitung der Kampagne mitbringen.

3. Erfolgreiche Aktionen mit eigenen und bundesweiten Materialien

Damit eine Aktion vor einem Discounter, in einer Fußgängerzone etc. erfolgreich wird, gibt es etliche Bedingungen. Zu den aller ersten gehört die Klärung des gemeinsamen Aktionszieles und wer bei dem Vorhaben welche Aufgaben

übernehmen möchte. Wenn es bei der Planung hakt oder Unterstützung vonnöten ist, lohnt ein Anruf im Bundesbüro. Zur LIDL-Kampagne gibt es jetzt schon einiges an hilfreichen Argumenten und Material, anderes ist in Vorbereitung.

Für einen gelungenen Einstieg:

- Infos gibt's unter www.attac.de/lidl-kampagne
- Wenn Ihr mehr hören wollt zur Discounter-Politik und Kampagnen-Argumentation: Gerne kommen ReferentInnen bei Euch vorbei!
- Ein PPP-Vortrag zur Kampagne gibt es auf der Homepage - nutzt ihn, verwendet Einzelteile, entwickelt ihn weiter...

Zum Lesen, Argumentieren und Weitergeben

- Auch auf der Homepage findet Ihr den Argumentationsknigge, eine Sammlung guter Antworten auf die schwierigeren Fragen im Zusammenhang mit der Kampagne.
- Bald gedruckt ist ein Flyer, der kurz und eingängig informiert, warum wir die Kampagne starten und was unsere zentralen Forderungen sind. Super wäre es, wenn Ihr jetzt schon signalisieren könntet, wie viele Flyer ihr haben möchtet.
- Sehr empfehlenswert für den internationalen Zusammenhang die Studie "Grenzenlos billig? Globalisierung und Discountierung im Einzelhandel" (2005, ver.di und WEED) Wie wirken sich aktuelle Entwicklungen im Einzelhandel auf Beschäftigte und Produzenten aus? Wie sehen Gegenstrategien aus? Preis 7Euro zzgl. Versand, zu bestellen bei: www.attac.de/material
- Das Schwarz-Buch von Verdi ist höchst lesenswert: Ein Blick hinter die Kulissen von LIDL: die Arbeitsbedingungen von rund 30.000 Beschäftigten in über 2500 Filialen in Deutschland. Preis 8 Euro zzgl. Versand, zu bestellen bei: manina.walter@verdigmhb.de

Geplant

- Ein Flyer zu Einzelhandel und GATS: Warum die EU ihren Konzernen den Weg in alle Welt ebnet - und wie sich "grenzenlos billig" in den Ländern des Nordens, Südens, Ostens und Westens auswirkt.
- Kreatives ist in Arbeit: z.B. ein LiDL-Werbezettel, der die Wahrheit über Produktions- und Verkaufsbedingungen sagt.

Aktionsmaterial

- Schon fertig: 3 übergroße LiDL-Tüten: Einfach über den Kopf gezogen werden aus den Stoffen
- In Göttingen erstmal verwendet und für weitere Einsätze zu haben: großes Banner, halbes Dreieck mit Ausparung, passt genau auf die Seitengiebel der Lidl-Filialen (es gibt nur wenige Lidl-Markt-Grundrisse, etliche haben den seitlich angebauten kleineren Giebel). Mehr auf Nachfrage
- Bald gibt es einen tollen Gag und Denk-Anstoß: Einkaufswagen-Chips aus Plastik, bedruckt mit dem Kampagnen-Slogan. Einfach verschenken, beim Einkauf in den Wagen drücken - und kritisch mitdenken.

Bestellungen und Nachfragen per Mail an stop-lidl@attac.de oder per Post an:
Attac, Münchener Str. 48, 60329 Frankfurt

ganz liebe Grüße im Auftrag der Kampagnengruppe

Jutta

lidl-kampagnenrat Mailingliste
JPBerlin - Politischer Provider
lidl-kampagnenrat@listen.attac.de
<http://listi.jpberlin.de/mailman/listinfo/lidl-kampagnenrat>
