

3. Newsletter der Lidl-Kampagne

*** 16. September 05 ***



Stoppt Preis-, Umwelt- und Sozialdumping!

Unsere Forderungen

- Faire Preise für Bananen, Wasser und Milch!
- Soziale Rechte achten – hier und weltweit!
- Demokratische Kontrolle zulassen!
- Karten auf den Tisch: Produktgeschichte offen legen!

Inhalt:

1. Ver.di-KundInnenwoche unterstützen und mitgestalten
2. Aktionsmaterial anfordern
3. 28. Oktober: Treffen der aktiven Lidl-Regionalinitiativen in Würzburg
4. 21.-26. November: bundesweite Aktionswoche!
5. Film der Auftaktaktion in Göttingen im Netz
6. Internes
7. Kurzberichte aus dem ver.di-Kampagnenbüro

1. Ver.di-KundInnenwoche unterstützen und mitgestalten

Vom 19. bis 25. September ruft ver.di auf, in einer „Kundenwoche“ Lidl-Filialen zu besuchen und sich den MitarbeiterInnen in den 2600 Filialen solidarisch zu zeigen. Als Haupt-Kampagnenmaterial von ver.di dient eine „Kundenkarte“ (Auflage 2,5 Mill!). Wenn Ihr ver.di unterstützen möchtet, seid Euch bitte bewusst, dass der Kontakt mit den Beschäftigten schwierig werden könnte: in den Filialen herrscht viel Angst. Auch dürften wir öfters zu hören bekommen: „Bei uns gibt es keine Probleme – was wollt Ihr von ver.di und attac eigentlich?“ Näheres dazu siehe Punkt 7.

Die Woche ist eine gute Gelegenheit, Kontakt mit den ver.di-Hauptamtlichen aus dem Fachbereich 12 (Einzelhandel) in Eurer Gegend aufzunehmen. Vielleicht lässt sich eine gemeinsame Aktion durchführen oder für die Zukunft der Austausch verbessern. Attacis in Bonn, Göttingen und Bamberg stecken schon tief in den Aktionsvorbereitungen für den 22. und 24. September.

Aktiven-Mailingliste

Wer darüber hinaus an Kampagnenplänen arbeitet und sich mit Gruppen aus anderen Städten austauschen möchte, ist herzlich zu unserer Aktiven-Mailingliste eingeladen. Einfach eine kurze Anfrage an: stop-lidl@attac.de

2. Aktionsmaterial anfordern

Es dauert, bis ein Team Ehrenamtlicher Kampagnenmaterial druckfertig hat. Aber es wird! Einiges ist fertig, der Rest wird es bis zum Monatsende sein.

Gedrucktes Kampagnen- und Aktionsmaterial:

- Einkaufswagenchips mit der Aufschrift „Lidl ist nicht zu billigen“ sind bereits gedruckt
- Flyer im Postkartenformat zum Verteilen an KundInnen vor den Geschäften (ab Ende September)
- Unterschriftenlisten
- „Das Plagiat“ – ein vierfarbiges LiDL-Werbeblatt, das die Wahrheit sagt, der Hit für jede Aktion, jede Pinwand (und eigentlich jeden Briefkasten).
- kleine Aufkleber
- in der Planung sind außerdem Aktionspostkarten

Die Texte des Flyers werden bald auf der Homepage zum Runterladen zu finden sein. Außerdem gibt es dort in Kürze:

- die Unterschriftenliste
- einen "Argumentationsknigge" - hier werden häufige Fragen beispielhaft beantwortet, z. B. "Warum gerade Lidl?" oder "Die Leute sind aber gezwungen, billig einzukaufen."
- die Kampagnenlogos zum Runterladen und Basteln

- Plakatvorlagen zum Selberdrucken
- die Texte des Lidl-Aktionsreaders.

Ihr helft uns, wenn Ihr jetzt schon Vorbestellungen abgebt!

Wer sich meldet, bekommt kostenlos ein Aktionspaket mit den ersten Materialien und jeder Menge Aktions-Vorschläge noch im September.

3. 28. Oktober: Treffen der aktiven Lidl Regionalinitiativen in Würzburg!

Vom 28.-30. Oktober findet der Attac-Ratschlag statt, voraussichtlich in Würzburg. Wir laden alle Interessierten ein, an dem Freitag schon früher anzureisen zum Treffen der lidl-aktiven Attacgruppen und Regionalinitiativen!! Wir nehmen uns ein paar Stunden Zeit zum Kennenlernen und Erfahrungsaustausch, zum Ausblick, für Ideen zur weiteren Kampagnenplanung und einer Material-Börse. Sehen wir uns? Beginn: 11 Uhr, Ende gegen 17 Uhr. Mehr Infos: stop-lidl@attac.de.

4. 21.-26. November: bundesweite Aktionswoche!

Wie läuft das zur Zeit bei Euch? Plant Ihr schon Aktionen? Ob und wie eine eigene LiDL-Aktion stattfinden kann, hängt von Euren Ideen und Möglichkeiten ab. Aber es tut sehr gut, zu wissen, dass wir viele sind! Um das zu erreichen und die Außenwirkung zu steigern, schlagen wir eine Aktionswoche vor, in der deutlich mehr passiert als in einer „normalen“ Kampagnen-Woche. Vom 21.-26. November wünschen wir uns ein Feuerwerk verschiedener Aktionen im Norden, Süden, Osten, Westen. Zum Auftakt der Woche soll außerdem eine größere Aktion stattfinden mit unseren PartnerInnen ABL und Banafair. Nehmt Kontakt auf mit Kay im Kampagnenbüro: stop-lidl@attac.de

5. Film der Auftaktaktion in Göttingen im Netz

Wer nicht die Chance hatte, bei der Lidl-Aktion zur Sommerakademie in Göttingen dabei zu sein, braucht nicht mehr zu trauern. Johannes aus Münster hat die Aktion auf Video gebannt und netztauglich nachbearbeitet. Macht Euch ein Bild, erlebt noch mal den Flair und lasst Euch zu neuen Aktionen motivieren! Den Film könnt Ihr als Realstream in zwei Auflösungen (für Modem und DSL) unter <http://www.attac.de/muenster/> abrufen.

6. Internes

Die Kampagnengruppe freut sich über MitstreiterInnen! Wie wäre es? Einfach melden bei stop-lidl@attac.de. Wir treffen uns etwa monatlich und telefonieren wöchentlich. Wir sind bis jetzt Aktive aus Hamburg, Köln, Dortmund, Düsseldorf, Braunschweig, Göttingen, Münster, Frankfurt und Berlin. Die von Uli Wohland als Kampagnenberater moderierten Treffen sind ein Versuch von Aktiven aus Gruppen und AGs, gemeinsam eine offene Kampagne zu entwickeln und damit Attac kampagnenfähiger zu machen. Ein Versuch, der viel Spaß macht – manchmal auch Mühe – und bis jetzt ganz gut funktioniert.

Kein Verständnis hat die Kampagnengruppe dafür, dass immer noch z.B. via Gruppenliste die Kampagne als „zentral organisiert“ bezeichnet wird. Das stimmt einfach nicht. Wir würden uns freuen, wenn ZweiflerInnen kommen und sich überzeugen würden.

Die Homepage war in den letzten Wochen unser Sorgenkind. Wir hoffen, die Schwierigkeiten jetzt bald behoben zu haben und in der Web-Kommunikation vorzeigbare Informationen anbieten zu können. Gesucht sind weiterhin Menschen, die Spaß daran haben, die Page mit zu betreuen.

7 Kurzberichte aus dem ver.di-Kampagnenbüro

Im den letzten Tagen gewinnt die Auseinandersetzung mit LiDL an Schwung. Ver.di organisiert Demos in Calw, München und Bamberg/Forchheim. Für die Kundenwoche wurden 2,5 Millionen Postkarten gedruckt.

Der Discounter scheint nach dem Prinzip „Zuckerbrot und Peitsche“ zu agieren: Während jeder Versuch, Betriebsräte zu wählen, hart bekämpft wird, erhalten die MitarbeiterInnen Telefonnummern, wohin sie sich im Sorgenfall wenden können und werden darauf hingewiesen, dass sie keine Gewerkschaften bräuchten. Filial-Leitungen wurden inzwischen geschult, wie sie auf kritische Fragen antworten sollen. Gleichzeitig nimmt das Unternehmen Kontakt zu UnterstützerInnen der ver.di-Kampagne auf, um sie von seiner Sicht zu überzeugen. Offensichtlich wurde bereits Druck auf kritische Berichterstatter ausgeübt (was LiDL nicht schwer fällt, da der Konzern mit seinen (nahezu) flächendeckenden großen 4-farb-Anzeigen unverzichtbarer Anzeigenkunde ist).

Spendenkonto-Nummer zur attac-Lidl Kampagne: LIDL IST nicht zu BILLIGEN
Share e.V./attac, Nr 800 100 800, GLS-Gemeinschaftsbank, BLZ 430 609 67