

21. November 05

## Stoppt Umwelt-, Sozial- und Preisdumping!

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 des Newsletters:**

1. Auftakt zur Aktionswoche
2. Neues aus der Presselandschaft
3. Plagiat und Mailomat

**Kontakt: Kay-Oliver Schulze Tel.: (069) 900 281-82, Mail: stop-lidl@attac.de**  
**Kampagnenhomepage: [www.attac.de/lidl-kampagne](http://www.attac.de/lidl-kampagne)**

### 1. Auftakt zur Aktionswoche

Mit einer Blockade der Lidl-Konzernzentrale in Neckarsulm hat die Lidl-Kampagnengruppe am 17.11. die Aktionswoche eingeläutet. Gemeinsam mit der Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft (AbL) und Banafair postierten wir uns hinter einer Reihe von Einkaufswagen und forderten die Lidl-Geschäftsführung zum Gespräch auf. Doch Lidl stiehlt sich wieder mal aus der Verantwortung ... Den ausführlichen Bericht könnt Ihr auf unserer Kampagnenhomepage unter "Aktionen vor Ort" nachlesen.

Die wirklich spannenden Aktionen kommen aber erst noch, und zwar in dieser Woche: In zahlreichen Städten: Münster, München, Mannheim, Mönchengladbach (um nur die "M"-Fraktion zu nennen) besuchen lidl-aktive Attac-Gruppen und Bündnisse Lidl-Märkte, planen Demos und Infoveranstaltungen. Und im Büro rotieren wir, um die ganzen Anfragen zu bearbeiten ;-) ... Schaut Euch die Berichte im Internet an! (Coming soon)

### 2. Neues aus der Presselandschaft

Im Handelsblatt vom 21.11.05 ist ein Ranking der 50 größten europäischen Privatunternehmen erschienen. Daraus geht hervor, dass sich die Schwarz-Gruppe mit geschätzten 40 Mill. Umsatz 2004 deutlich vor Aldi (31 Mill.) positioniert hat. Interessant ist dabei, dass Lidl wohl deutlich weniger Beschäftigte angestellt hat: 80.000 gegenüber 200.000 bei Aldi.

Noch brisanter werden die Zahlen im Lichte eines Artikels in der Zeit vom 17.11.: "Alle unter Kontrolle". Dort wird ausführlich berichtet, wie bei den Discountern die MitarbeiterInnen zu Niedrigstlöhnen tyrannisiert werden. Unter dem Dogma der Kostensenkung bleibt dabei immer mehr Arbeit an immer weniger Beschäftigten hängen. Nun wird es schwer für Lidl, bei Kritik an seiner Unternehmenspolitik auf Aldi zu verweisen und die Vorwürfe von ver.di platt zu dementieren! Wir werden die Diskussion suchen.

### 3. Plagiat und Mailomat

Sie sind da!

- Das Plagiat, der erste Lidl-Prospekt, der die Wahrheit sagt, ist gedruckt und versandfertig! Die ersten Rückmeldungen zeigen: Es findet reissenden Absatz (und zwar zu Recht). Aktive und Verteilwillige können das Material gerne über unseren Webshop: <https://www.attac.de/service/materialbestellung/#lidl> bestellen. Eine Voransicht findet Ihr auf der Kampagnenhomepage beim Menüpunkt Kampagnenmaterial.

- Der Mailomat ist nach diversen technischen Schwierigkeiten endlich online! Nutzt ihn zahlreich, damit wir den Lidl-Verantwortlichen so richtig auf den Pelz rücken und zeigen können, wie unzufrieden wir mit Ihrer Geschäftspolitik sind! Aber natürlich laufen auch die Postkarten und die Unterschriftenliste weiter ... Den Mailomaten findet Ihr auf unserer Kampagnenhomepage unter "Mailomat".