



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!

Kontakt: Kay Oliver Schulze Tel.: (069) 900 281-82, Mail: stop-lidl@attac.de

Kampagnenhomepage: www.attac.de/lidl-kampagne

Inhalt

1. Aktionen gehen weiter
2. Lidl reagiert
3. Aus dem Kampagnenbüro

1. Aktionen gehen weiter: Lidl aufs Dach gestiegen...

Manche Aktionsgruppe musste schon Schneegestöber aushalten – dennoch gehen Attac-Gruppen weiterhin gegen Preis-, Umwelt- und Sozialdumping auf die Straßen und die Lidl-Parkplätze.

Manche steigen dem Discounter gar auf's Dach, so wie die Attac-Gruppe Saar am 17. Dezember in Saarbrücken. Auch kurz vor Weihnachten ist es die richtige Zeit für Aktionen bei Lidl. Oder gerade. Denn wann, wenn nicht zu dieser Zeit, sollte die Diskussion über die Kehrseite der Schnäppchenjagd geführt werden? Die Gruppen berichten von überwiegend guter Resonanz auf ihre Aktionen. Sie erleben viel Unterstützung von KundInnen und werden die kleinen gelben Einkaufswagenchips („Lidl ist nicht zu billigen“) prima los. Ein richtiges Eigenleben entwickelt hat zudem der Vertrieb des vierfarbigen „Lidl-Werbe-Plagiaten“. Die Lidl-Werbung, die die Wahrheit sagt, geht weg wie warme Semmeln, inzwischen sind 60.000 Stück gedruckt und es sieht nicht so aus, als ob das reichen würde.

2. Lidl reagiert

a) Ein seltsames Gespräch

Kurz nachdem Attac-Aktivisten und unsere Bündnispartner von BanaFair und der Aktionsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft die Lidl-Zentrale in Neckarsulm mit Transparent, Kuh und Kritik besucht hatten, bat uns die Geschäftsleitung zum Gespräch.

Der oberste Lidl-Manager Klaus Gehrig, der die Konzernleitung im letzten Jahr von Dieter Schwarz übernommen hat, kam samt seinem Deutschland-Chef Herrn Oskierski und der Kommunikationsbeauftragten Frau Bott nach Frankfurt. Den Treffpunkt hatten wir vorgeschlagen und waren mit zwei Attacis, einer BanaFair-Vertreterin und zwei Leuten von der AbL ein gut vorbereitetes Team. Etwa zwei Stunden dauerte der Austausch. Vor allem die Forderungen der Bauern nach fairen Milchpreisen und die Kritik von BanaFair schienen auf offene Ohren zu stoßen: Gehrig betonte, er wolle in beiden Bereichen Veränderungen erreichen. Es wird sich zeigen, ob da tatsächlich etwas geschieht, die Bauern wollen ebenso wie BanaFair weitere Gespräche mit dem Unternehmen. Unversöhnlich gab sich Herr Gehrig gegenüber gewerkschaftlicher Organisation, und auch beim Punkt Transparenz zeigte er keinerlei Bereitschaft, einzulenken. Es sei gut, dass niemand wisse, wie Lidl ökonomisch genau dasteht. Wir machten deutlich, dass die öffentliche Auseinandersetzung weitergehen wird. Auf unserer Kampagnenhomepage findet Ihr unsere gemeinsame Pressemitteilung zum Gespräch.

b) Erstmals fairer Kaffee

Ab dem 21. Dezember gibt es für wenige Tage fair gehandelten Kaffee bei Lidl. Er trägt das offizielle Transfair-Siegel. Wie uns Dieter Overrath, Geschäftsführer von Transfair in Köln, mitteilte, ist es das erste Mal seit TransFair-Gründung vor 14 Jahren, dass ein Discounter ein fair gehandeltes Produkt verkauft, während in zahlreichen großen Supermärkten das Siegel schon auf verschiedenen Produkten zu finden ist.

Es wird sich zeigen, ob die 100-g-Dose Instantkaffee bei Lidl eine „Eintagsfliege“ bleibt, ob sie den Weg ins feste Sortiment findet – und ob sie das einzige Fairtrade-Produkt bleibt. Ziemlich offensichtlich experimentiert Lidl unter dem großen Druck der Kritik jetzt mit ersten Waren, die aus der Dumping-Logik ausbrechen. Es muss aber noch viel mehr geschehen als einige Alibi-Kaffeedosens auf dem Wühltisch – wir werden das genau beobachten.

c) Lidl im Greenpeace-Stress

Greenpeace verlieh am 1.12. Lidl einen unangenehmen Preis: Der Discounter teilt sich mit der Kette Real die zweifelhafte Ehre, die pestizid-belastetsten Obst- und Gemüsesorten anzubieten. Lidl bemühte sich öffentlich und sehr schnell um Schadensbegrenzung. Die Greenpeace-Aktivistinnen wurden empfangen und zum Gespräch eingeladen. In allen Lidl-Filialen gab es Informationen und auch auf der Lidl-Homepage drückte der Konzern seine Verwunderung aus und betonte, man kümmere sich um unbelastete Ware. Schon wenige Tage später schaltete Lidl große Anzeigen und nannte Lebensmittel-Labors, die die Ware überprüften. Dumm für Lidl: Eines der genannten Institute ergriff Rechtsmittel gegen die Nennung als Lidl-Kontrollleur.

3. Aus dem Kampagnenbüro

a) Aktionswoche im März beschlossen

Im November und Dezember haben viele Gruppen die Kritik an dem Hart-Discounter in die Öffentlichkeit getragen. Etliche Gruppen sind jedoch noch dabei, sich vorzubereiten, zudem erhalten wir zunehmend öffentliche Aufmerksamkeit. Darum rufen wir zu einer weiteren Aktionswoche im neuen Jahr auf: Streicht Euch den 6.-11. März schon mal rot-gelb-blau an!

b) Postkarten nachgedruckt

„Menschenrechte sind doch nicht Banane“ – 20.000 der Karten sind schon im Umlauf. Jetzt haben wir den Nachdruck in Auftrag gegeben. Noch bis Mitte März sammeln wir Unterschriften – dann gibt es eine öffentlichkeitswirksame Übergabe der vielen, vielen Karten!

c) Homepage besuchen: Lidl's Brief, unsere Antworten u.v.m. – immer aktuell

Ja, dieser Newsletter ist schon wieder lang geworden. Sorry ;-)

Viel mehr Neues gibt es aber noch auf der Homepage, die ständig aktualisiert wird. Also öfter mal vorbeiklicken: www.attac.de/lidl-kampagne!

d) Spenden! Für die Kampagnenarbeit! Mit oder ohne goldenen Einkaufswagenchip!

Auch das gehört dazu: Unsere Arbeit schlägt Wellen, macht Spaß – und kostet Geld. Jede Spende hilft.

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

Vielen Dank für's Lesen!

Wir wünschen Euch widerständige Weihnachten und einen guten Start in ein streitbares 2006 ...

Jutta
für die Kampagnengruppe