

# Newsletter 14 der Lidl-Kampagne

## 16. März 2006



### Inhalt

1. Die Lidl-Aktionswoche im Rückblick
2. Plan gescheitert – Aktion gelungen
3. Die Erfolge unserer Kampagne
4. Neuer Flyer: Geist ist geiler!

#### 1. Die Lidl-Aktionswoche im Rückblick

Wie zu erwarten war, entwickelte sich auch die zweite Lidl-Aktionswoche vom 6.-11. März zum vollen Erfolg und hat noch mal deutlich mehr Menschen mobilisiert als die erste im November letzten Jahres. Über 20 Attac-Gruppen planteten Infostände, Filialbesuche oder Diskussionsveranstaltungen, trotzten zusammen mit ihren Kooperationspartnern Wind und Wetter und erreichten dabei eine Menge interessierter KundInnen. Ein paar Beispiele: Attac Marburg zeigte per Beamer neu synchronisierte Lidl-Werbespots; Bonner Attacies haben einen Lidl-Sketch geschrieben und diesen sogar als Hörspiel produziert (zu finden auf der Kampagnenhomepage unter „Kampagnenmaterial“); in Würzburg wurden gleich alle drei Attac-Gliederungen aktiv und besuchten die ansässigen Filialen. Lidl bekam unseren Protest wieder einmal ordentlich zu spüren – und kuschte offenbar (siehe nächsten Punkt).

#### 2. Plan gescheitert – Aktion gelungen

„An globalen sozialen Rechten führt kein Weg vorbei!“ ist unsere Botschaft – nicht nur an Lidl. Am 14. März, zum Abschluß der zweiten Lidl-Aktionswoche, wollten wir Lidl unseren gesammelten Protest zukommen lassen. Und so verabredeten wir uns mit einem Vertreter des Konzerns zum „Unternehmertag Lebensmittel“ in Köln, einem Event, bei dem wir gleich die ganze Branche auf einem Fleck mit unserer Kritik konfrontieren konnten. 12.000 Unterschriften hatten Attac, AbL, BanaFair und Weed im Gepäck. Doch der Lidl-Vertreter sagte kurzfristig ab – ohne Angabe von Gründen. Am richtigen Platz waren wir trotzdem: Während drinnen der Präsident des Einzelhandel-Hauptverbandes Sozialabbau und Flexibilisierung predigte, kamen seine Gäste um unsere Forderung nach Globalen Sozialen Rechten nicht herum. Für den gesamten Bericht (mit Fotos) siehe <http://www.attac.de/lidl-kampagne/?id=410>.

#### 3. Die Erfolge unserer Kampagne

Wer die Newsletter der letzten Monate verfolgt hat, weiß Bescheid: Wir werden von Lidl und auch der Presse (siehe ManagerMagazin vom März) sehr ernst genommen. Und Lidl windet sich, um sein Image aufzupolieren: Pressesprecher, Bio-Food, Gespräche mit Transfair, Qualitätsmanagement, Image-Kampagne ... sicher ein Erfolg, der zeigt, dass aufsässige VerbraucherInnen ernst genommen werden! Dennoch bleiben wir kritisch, ob Lidl seine fortgesetzte Dumpingstrategie mit solchen Ankündigungen nicht nur schönfärben will. Eine ausführliche Bewertung dazu gibt's in Kürze.

Ein knapper Überblick über die Entwicklungen seit Mitte 2005 kann nun aus dem Internet heruntergeladen werden: <http://www.attac.de/lidl-kampagne/index.php?id=22>.

#### **4 Neuer Flyer: Geist ist geiler!**

Nachdem wir ihn im letzten Newsletter schon angekündigt hatten, ist er dank zahlreicher Spenden und eines kleinen Kraftakts gerade noch rechtzeitig für die Aktionswoche fertig geworden: Unser „Geist ist geiler!“-Flyer. Vier bunte Postkarten laden dazu ein, Verbraucherpolitik in die eigene Hand zu nehmen, schlagfertige Ideen gegen den geistlosen Geiz zu entwickeln und umzusetzen. Unsere Protestkuh Resi, die smarten Kinder auf der Titelseite und natürlich die Einkaufswagen-demo freuen sich darauf, angelacht und weiterverbreitet zu werden. Gleich bestellen! In unserem Webshop: <https://www.attac.de/service/materialbestellung/>.

Voransichten unter <http://www.attac.de/lidl-kampagne/index.php?id=22>

Viele liebe Grüße von  
Kay und Chris aus der Kampagnengruppe

## **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](mailto:stop-lidl@attac.de)**

**Kampagnenhomepage: [www.attac.de/lidl-kampagne](http://www.attac.de/lidl-kampagne)**

Spendenkonto-Nummer zur Attac-Lidl Kampagne: LIDL IST nicht zu BILLIGen  
Attac Trägerverein e.V., Stichwort: Lidl-Kampagne, Nr. 800 100 800, GLS-Gemeinschaftsbank, BLZ 430 609 667