
BLACKSPOT KAMPAGNE STARTET IN DEUTSCHLAND

05.05.2006, 15:29 | Vereine & Verbände

Pressemitteilung von: *roots of compassion*



BLACKSPOTSNEAKER.DE

Der BlackSpot Sneaker V2

Wie cool sind Nike und co. wirklich?!

Auch wenn es Nike, Adidas, Reebok und co. gerne verheimlichen wollen, mittlerweile wissen die meisten Menschen, dass hinter der bunten Plastikfassade der multinationalen Konzerne und ihrer paradiesischen Werbewelt die typischen Produktionsbedingungen des globalisierten Kapitalismus stehen:

- Kinderarbeit oder Billiglohn-Sklaverei in Weltmarktfabriken
- der Mord von Tieren zwecks "Ledergewinnung"
- die Zerstörung der Umwelt durch Pestizideinsätze auf Baumwollplantagen,

um nur einige der sichtbaren Phänomene zu nennen. Wie andere Wirtschaftszweige folgt auch die Schuhindustrie bei der Auswahl ihrer Produktionsstandorte marktwirtschaftlichen Überlegungen: Produziert wird dort, wo eine definierte Qualität zu möglichst geringen Kosten angeboten wird, um das Endprodukt zu konkurrenzfähigen Preisen anbieten zu können, damit für den Konzern eine möglichst zufriedenstellende Rentabilität gewährleistet wird.

Sand im Getriebe - "ethischer Konsum"

Der Kapitalismus und all die mit ihm einhergehenden Probleme werden nicht von heute auf morgen abgeschafft; er ist aber auch kein unüberwindbares Schicksal, dem wir uns ohnmächtig ergeben müssen. Der Versuch, die Herstellungsbedingungen für die Konzerne (sprich in finanzieller Hinsicht) zu verbessern wird mitbestimmt vom Verhalten der KonsumentInnen. Es ist völlig klar, dass der Kapitalismus nicht durch reine Konsumumstellung überwunden wird und dass alles besser wird, wenn nur die ganze Welt Fair-trade Kaffee trinkt; aber an einem wichtigen Punkt lässt sich durch Konsum-Änderung ansetzen:

Projekte können gefördert werden, die versuchen die Produktionsbedingungen zu verbessern, durch gerechtere Löhne,

faire Arbeitsbedingungen und durch die Verwendung von veganen Rohstoffen aus nachhaltigem Anbau oder besser – kontrolliert biologischem Anbau.

Die kanadische Gruppe Adbusters (u.a. bekannt durch ihre kreativen Anti-Werbungsaktionen) hat sich genau dies zum Ziel gesetzt; sie haben angefangen direkt in den Waren-Herstellungsprozess eingreifen und selbst dafür zu sorgen, dass den Menschen Alternativen angeboten werden.

Eine Alternative: BLACKSPOT SNEAKER

Der erste Schritt wurde buchstäblich mit der Herstellung des BLACKSPOT SNEAKER getan: Der Blackspot Sneaker ist ein Turnschuh, der die "Coolness" der Nike-Schuhe negiert: Anstelle von Billiglohnarbeit im sog. Trikont wird er in einer gewerkschaftsgeführten Fabrik in Portugal hergestellt. Überdies besteht er zu 100% aus Biomaterialien und ist komplett vegan. Im Gepäck hat er aber noch ein ganz besonderes Accessoire: Der rote Punkt an der Schuhspitze ist dort nur aus einem Grund angebracht: Um Nike und co. kräftig in den Arsch zu treten.

Nach einem sensationellen Erfolg des ersten Modells, vor allem in den USA, Kanada und Europa, stehen nun die Tore weit offen. Die Coolness der großen Schuhhersteller fängt an zu bröckeln, ihre schöne Fassade blättert ab. Die Medienresonanz in der ganzen Welt zu Beginn der Blackspot-Kampagne war erstaunlich. Schon bald folgte ein zweites Blackspot-Modell: Der Unwoohser. Ebenfalls 100% fair-trade, bio und vegan ist dieser Schuh mit einer Sohle aus recycelten Autoreifen ausgestattet. Bisher wurden knapp 18.000 Paar der beiden Schuhe verkauft! Das Besondere an der Adbusters Anti-Firma ist, dass jedeR KäuferIn durch den Erwerb eines Blackspot-Paares automatisch einen gleichberechtigten Anteil an der Anti-Firma erhält und somit stimmberechtigt ist. Beispielsweise, wenn beschlossen wird, wie der erwirtschaftete Profit investiert werden soll.

Der Schuh ist schon seit längerem in Deutschland erhältlich. Am 05.05.2006 startet Roots of Compassion nun eine Kampagne zur weiteren Verbreitung der Blackspot-Idee, die mit dem Launch der Website WWW.BLACKSPOTSNEAKER.DE eingeläutet wird.

Wir würden uns über ihre Unterstützung freuen. Bitte erwähnen sie unserer Seite und die Blackspot-Idee in Ihrer Zeitung, auf Ihrer Website, in Ihren Online-Newslettern oder auf sonstigem Wege.

Fotomaterial zur Kampagne finden sie unter: www.blackspotsneaker.de/media.htm

Gerne stehen wir Ihnen bei Fragen zur Verfügung:
Kontakt: Marc Pierschel - 0251/1367890 - info@rootsofcompassion.org

Desweiteren können sie auch unsere Websites besuchen:
www.blackspotsneaker.de
www.rootsofcompassion.org
www.blackspotsneaker.org (englische Originalseite zur Blackspot Kampagne)
www.adbusters.org

roots of compassion
warendorferstr. 148
48145 münster

Portrait

Die in Kanada ansässigen Adbusters führen einen schillernden und einfallsreichen Kampf gegen Konsumterror und Markenwahn. Die Adbusters bilden seit ihrer Gründung 1989 einen lauten und bunten Stamm innerhalb der sozialen Bewegungen des Informationszeitalters. Alle zwei Monate veröffentlichen die Pioniere unter den Medienaktivisten ein weltweit vertriebenes Magazin. Sie betreiben die Website www.adbusters.org und initiieren internationale Kampagnen wie die "TV Turnoff Week" und den "Buy Nothing Day" an dessen eintägigem Konsumverzicht sich jährlich über eine Millionen Menschen beteiligen. Das in Deutschland auch "Kaufnix-Tag" genannte Event findet am morgigen Samstag zum zwölften Mal statt.

News-ID: 85875 • Views: 10538 (Stand: 09.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/85875/BLACKSPOT-KAMPAGNE-STARTET-IN-DEUTSCHLAND.html>