

Aussprache

Dequalifizierung durch Arbeit

(Zu dem Beitrag von Fritz W. Scharpf, Wege zu mehr Beschäftigung, Heft 4/97)

Der Vorschlag von Fritz Scharpf für einen steuerlich subventionierten Niedriglohnsektor (quasi eine durchsetzbare, „entschärfte“ Variante seines Modells einer Negativ-Steuer aus GMH 7/93) ist diskussionswürdig und brisant zugleich, zumal sie von einem Autor stammt, der als renommierter Berater durchaus Einfluß auf die Politik einer SPD-geführten Bundesregierung haben dürfte, wenn es denn 1998 zum überfälligen Machtwechsel in Bonn kommen sollte.

Wir teilen die Einschätzung von Scharpf, daß es keine Vollbeschäftigung im bisherigen Sinne mehr geben kann. Wir sind ebenfalls der Auffassung, daß die Erschließung neuer Beschäftigungsfelder und -formen (z. B. im Umweltbereich) nicht ausreichen wird, die Massenarbeitslosigkeit auch nur zu halbieren. Dennoch halten wir den von ihm gemachten Lösungsvorschlag nicht für überzeugend. Es ergeben sich mindestens drei Fragen:

- Inwiefern steht hinter diesem Vorschlag das theoretische Konzept eines sogenannten Marktträumungslohns? Wir bezweifeln, daß sich durch eine Senkung des Preises die Nachfrage nach Arbeitskraft wesentlich erhöhen ließe.
- Wenn Scharpf eingangs feststellt, daß mehr Menschen als früher auf Erwerbsarbeit angewiesen sind, im folgenden aber nur Beschäftigungsmöglichkeiten am Rande des Existenzminimums diskutiert, verfehlt der Beitrag da nicht die Lösung des eigentlichen Problems? Dieses besteht aus unserer Sicht darin, daß immer mehr Menschen auf Erwerbsarbeit angewiesen sind, weil sich die *Armut* zunehmend verfestigt.

- Und drittens: Lastet Scharpf nicht die „Produktivitätsfalle“ der Marktwirtschaft zu Unrecht als „Sozialstaatsfalle“ den betroffenen Individuen an? Er betont die Verdrängung der gering qualifizierten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer vom Arbeitsmarkt; aber erstens trifft dies höchstens auf die alten, nicht jedoch auf die neuen Bundesländer zu (dort werden nämlich in erheblichem Ausmaß auch und gerade hochqualifizierte Arbeitnehmer vom Arbeitsmarkt ausgeschlossen), und zweitens ist abzusehen, daß bei Verwirklichung der Idee eines steuerlich subventionierten Niedriglohnsektors die Dequalifizierung durch Arbeitslosigkeit lediglich ersetzt würde durch eine *Dequalifizierung durch Arbeit*.

Richtig ist, daß - wenn schon Tätigkeiten, die normalerweise nicht genügend Profit abwerfen, durch staatliche Zuschüsse oder Entlastungen in die Gewinnzone gehievt werden sollen - diese Subventionen strikt unter dem Gesichtspunkt der Beschäftigungswirksamkeit, etwa indem sie direkt an die Arbeitnehmer ausgezahlt werden, vergeben werden sollten. Es gibt jedoch zwei Gründe, weswegen wir das Konzept von Scharpf aus gewerkschaftlicher Sicht rundweg ablehnen:

1. Es verkennt offenbar völlig den volkswirtschaftlichen Sinn sozialer Arbeitsteilung. Dadurch, daß nicht mehr jeder die Gegenstände des täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Kleidung, Wohnung usw.) autark selber produziert, sondern wenige spezialisierte Berufe dies für alle erledigen, können insgesamt mehr Güter (auch Luxusgüter) erzeugt werden -- dies ist die Grundlage für Skaleneffekte und industrielle Massenproduktion. Auf die heutzutage vielfach propagierten personen- und haushaltsbezogenen Dienstleistungen trifft dieses jedoch nicht zu; hier werden großteils beliebige Tätigkeiten von denen, die sich das leisten

können, abgewälzt auf diejenigen, denen nichts anderes übrig bleibt! Mit der auf diese Weise individuell zusätzlich verfügbaren Zeit können dann die Besserverdienenden gleich noch mehr verdienen. Daß dies auch viel mit geschlechtsspezifischer Ungleichbehandlung zu tun hat, brauchen wir wohl nicht extra zu erläutern. Diese *Umverteilung der Zeit* sollte steuerlich nicht zusätzlich gefördert werden. Sie rechnet sich lediglich aus mikroökonomischer Sicht aufgrund der Opportunitätskosten der *Insider*, die ihre Zeit eben lukrativer als z. B. mit Haushaltstätigkeiten verwenden können und solche Arbeiten dann gerne an *Outsider* delegieren. Letztere werden dadurch jedoch ökonomisch nur scheinbar und sozial gar nicht integriert. Dahinter steht die Grundsatzfrage „Wessen Zeit ist wieviel wert?“, die zu erörtern einen eigenen Artikel wen wäre. Für zukunftsfähig halten wir statt dessen nur die weitere Differenzierung gesellschaftlich organisierter Tätigkeiten.

2. Das Konzept eines subventionierten Niedriglohnssektors bringt lediglich zeitweilig eine politische Scheinlösung: Es ermöglicht abhängige Beschäftigung, aber es befriedigt eben nicht den „Anspruch auf Arbeit“ (S. 204), ganz zu schweigen von dem immateriellen Bedürfnis nach sinnvoller, gesellschaftlich nützlicher Tätigkeit. Insofern bringt es letzten Endes auch keine soziale Integration, sondern kaschiert bloß die soziale Spaltung besser als das Modell der *working poor* nach US-amerikanischem Vorbild. Demgegenüber setzen wir den *Anspruch auf Teilhabe an gesellschaftlich organisierten Tätigkeiten*, deren Preis eben auch Gegenstand gesellschaftlicher Auseinandersetzungen ist.

Insgesamt mag es durchaus einen schmalen Bereich von privaten binnen-absatzorientierten Dienstleistungen (S. 208 ff.) geben, worin ein Teil der gering qualifizierten Arbeitslosen vorübergehend unterkommen könnte; aber als beschäftigungs- und gesellschaftspolitisches Leitbild handelt es sich doch wohl eher um „Pfeifen im dunklen Walde“ auf

hohem Niveau. Die Antwort auf das Beschäftigungsproblem, die Scharpf vorschlägt und die von führenden Sozialdemokraten, aber auch Gewerkschaftern gerne gehört wird, scheint uns die Weigerung zugrundezuliegen, dem Problem in seiner vollen Tragweite ins Auge zu sehen¹ und sich der Frage konsequent zu stellen.²

Wir befürchten, daß der Wähler dies vielleicht nicht erkennen, aber doch spüren und darauf reagieren wird; wir jedenfalls können uns des Eindrucks nicht erwehren, daß die Auseinandersetzung zwischen sozialdemokratischen versus konservativ-liberalen Politikern keine Richtungsentscheidung, sondern lediglich ein Streit um Nuancen ist. Das Ziel bleibt jedoch in beiden Fällen gleich, nämlich dem Wundermittel Markt die letzten politischen Hemmnisse aus dem Weg zu räumen.

Der neoliberale Wahn greift um sich und hemmt jetzt schon absehbar die gesellschaftliche Entwicklungsfähigkeit: „Wozu Ausbildung, wenn Berufspraxis für immer weniger von uns möglich wird?“ fragen junge Menschen zu Recht. Indem der neoliberale Ansatz die individuelle Verantwortung stärken will, ermuntert er zum Kampf eines jeden gegen jeden, wenn nicht gleichzeitig die *individuelle Gestaltungsfähigkeit* gestärkt wird. Diese hängt zum einen ab von den politisch (und eben nicht nach dem Markt) gestalteten Rahmenbedingungen und zum anderen von der materiellen (insbesondere finanziellen) Ausstattung. Eine *soziale Grundsicherung* für alle halten wir daher für geeigneter als die von Scharpf vorgeschlagene Subventionierung von Beschäftigungsverhältnissen mit Billiglöhnen.

Kurt Nikolaus/
Vera Hamacher, Berlin

1 Dies tut Karl Georg Zinn. Globalisierungslehre ist Mythenbildung, in: GMH 4/97, S.251 ff.

2 Dies tut Claus Offe, Was tun mit dem „Überangebot“ an Arbeitskraft? In GMH 4/97, S. 239 ff.

Fackel und Schwert

(Zur Debatte über Politische Kommunikation und die Funktion von Mitgliederzeitschriften der Gewerkschaften)

„Sie muß Fackel und Schwert, Schulung und Kritik sein“, heißt es über die Gewerkschaftspresse in der Festschrift zum 40jährigen Bestehen des Fabrikarbeiterverbandes von 1930.¹ Als „Seele der Organisation“ wird sie darin bezeichnet, „aber sie ist auch Zeitspiegel, indem sie die Geschehnisse der Zeit aufzeigt, registriert, zu ihnen Stellung nimmt vom Standpunkt der gewerkschaftlich organisierten Arbeiterschaft“.² Zu diesen historischen Anforderungen kamen damals bald weitere hinzu: So sollten die Gewerkschaftspublikationen auch die Familien der Mitglieder ansprechen und Unorganisierte gewinnen helfen.

Schon von Beginn an fächerte sich die Gewerkschaftspresse auf. Auch heute sind die gewerkschaftlichen Mitgliederpublikationen keinesfalls über einen Kamm zu scheren. Zu groß sind die Unterschiede. Diesen Tatbestand übersehen allerdings die Autoren der jüngsten Veröffentlichungen zu Fragen der gewerkschaftlichen Kommunikation beharrlich.³ Die Mitgliederpublikationen unterscheiden sich vor allem in ihrer inhaltlichen/publizistischen Konzeption, in Gestaltung und sogar im Format, ihre Redaktionen im Selbstverständnis und in dem Grad ihrer Professionalität sowie in den Wechselbeziehungen zum gewerkschaftlichen Apparat und zur gewerkschaftlichen Organisation. Ein weiterer zu beachtender Unterschied sind die verschiedenen Vertriebsformen, die bei der Bewertung der Leserakzeptanz und der Blattnutzung eine Rolle spielen.

Ständig legitimieren

Daß die Gewerkschaften traditionell der Binnenkommunikation einen hohen Stellenwert im Rahmen ihrer gesamten Öffentlichkeitsarbeit und Kommuni-

kation einräumen, liegt auf der Hand. Politisch/soziale und interessenbezogene Großorganisationen mit einer heterogenen Mitgliedschaft müssen ihr Handeln ständig ihren Mitgliedern gegenüber legitimieren. Sie müssen ihre Politik erklären und die Unterstützung ihrer Mitglieder gewinnen, um Forderungen durchsetzen zu können. Als demokratische Organisationen, die aus freiwillig entrichteten Mitgliedsbeiträgen finanziert werden, brauchen sie informierte Mitglieder. Durch die Binnenkommunikation werden Mitgliedermeinungen zum gewerkschaftlichen Willen verdichtet und die verschiedenen Gruppen integriert. Diese Integration wird bei Fusionen von Gewerkschaften um so dringlicher wie schwieriger.

Die Binnenkommunikation braucht ein zuverlässiges Instrument, das potentiell alle Mitglieder erreicht, sowohl in regelmäßigen wie auch unregelmäßigen Abständen. Diese Voraussetzung erfüllen Mitgliederpublikationen, insbesondere wenn sie postalisch in die Haushalte verschickt werden. Die personale Kommunikation im Betrieb, etwa zwischen gewerkschaftlichen Vertrauensleuten (Aktiven) und (passiven) Mitgliedern, das belegen empirische Untersuchungen, weist nicht hinnehmbare Lücken auf. Die gewerkschaftliche Binnenkommunikation benötigt sowohl ein funktionierendes personales Kommunikationsnetz wie eigene Medien.

Gewerkschaftliche Mitgliederpublikationen unterliegen bei ihrer Aufgabenerfüllung zahlreichen Einflüssen, Anforderungen, Erwartungen und auch Pressionen aus den eigenen Reihen. Wie eine Redaktion damit umgeht, hängt wesentlich davon ab, wie kurz oder lang die

1 Zitiert nach Birgit Hormann-Reckeweg, in Gewerkschaftliche Umschau 4/1994. S. 52,

2 Ebenda. S. 52.

3 Vgl. Hans-Jürgen Arlt/Ditmar Gatzmaga (Hrsg.), Mit Megaphon und Megabyte oder Wie die Dinos tanzen lernen. Marburg 1997; vgl. auch die Themenhefte der Zeitschrift Die Mitbestimmung Heft 2/1997; sowie Gewerkschaftliche Monatshefte, Heft 5/1996.

Leine des Herausgebers, also des Gewerkschaftsvorstandes, ist. Jede Redaktion kann nur mit genügend Raum zur kreativen, journalistischen Umsetzung arbeiten. Sie braucht aber auch die Unterstützung des Herausgebers.

Selbst mehr zu Wort kommen

Leserbefragungen ergeben immer wieder, daß die Mitglieder in ihrer Gewerkschaftspublikation mehr Diskussionen, Kontroversen und Meinungs austausch wünschen. Sie selbst wollen darin mehr zu Wort kommen. Ihr Verlangen entspricht der „gewerkschaftlichen Streitkultur“, wie sie vor Jahren auf Zukunftskongressen formuliert wurde. Unterschiedliche Meinungen zu einem Sachverhalt in der Mitgliederpublikation würden diese weder bei der Erfüllung ihrer Binnenkommunikationsaufgaben stören, noch ein geschlossenes Handeln der Gesamtorganisation verhindern.

Professionell gemachte Mitgliederpublikationen kosten Geld, doch sind sie ihr Geld wert. Als Bindeglied zwischen der Organisation und den Mitgliedern haben sie zu einer zufriedenstellenden Mitgliederbindung beizutragen. Insofern ist die Mitgliederpublikation gleichzeitig ständige Werbung für die Gewerkschaften, was im Redaktionsalltag dazu führen kann, daß sich Werbung und Journalismus vermischen und unter Umständen gegenseitig blockieren. Mitgliederpublikationen sind ein Sekundärmedium, das heißt: sie werden von ihren Lesern nachrangig neben anderen Medien genutzt. Sie konkurrieren mit anderen Medien und müssen von ihrem Gebrauchswert und ihrer Einzigartigkeit überzeugen. Lange und schwer verständliche Texte und eine unattraktive Gestaltung führen ins Abseits. Die Funktion einer Gegenöffentlichkeit⁴ vermögen gewerkschaftliche Mitgliederpublikationen nur sehr begrenzt wahrzunehmen, wengleich sie Inhalte verbreiten, die (so) zum Teil kaum in anderen Veröffentlichungen zu finden sind.

Bei einer Leserbefragung der DPG-Mitgliederzeitschrift *Deutsche Post* (seit

April 1997 *Transparent*) durch die infas-Medienforschung gaben 1996 66 Prozent der Befragten an, sich *in erster Linie* über berufliche Themen zu informieren. Als Informationsquelle ist den Befragten die Mitgliederzeitschrift sehr wichtig bis wichtig zur Information über:

- die Arbeit der Deutschen Postgewerkschaft (85 Prozent der Befragten);
- betriebliche Probleme (81 Prozent);
- die Entwicklung in „ihren“ Unternehmen (82 Prozent).

Wenn Mitglieder nur in ihrer Gewerkschaftspublikation bestimmte Informationen finden, wenn diese Behauptungen der Unternehmerrmedien widerlegt, dann kann in diesem engeren Sinn durchaus von Gegenöffentlichkeit gesprochen werden.

Im Organisationsbereich der DPG dominieren nach wie vor die drei ehemaligen Bundespost-Unternehmen Deutsche Post AG, Deutsche Telekom AG und Deutsche Postbank AG. Die Post gibt monatlich eine von einer Bertelsmann-Redaktion erstellte Mitarbeiterzeitschrift heraus. Außerdem veröffentlicht sie eine Vielzahl von Blättern und Newslettern, die an die Beschäftigten bestimmter Dienste und Projekte sowie Führungskräfte bei der Post gerichtet sind. Die Post verfügt damit über eine tief in einzelne Beschäftigtengruppen und Aufgabenbereiche hineinreichende ausdifferenzierte Presse. Ähnlich ist es bei der Telekom, die ihre Mitarbeiter-Kommunikation mit hohem finanziellen Aufwand betreibt und sogar Betriebszeitungen für ihre Niederlassungen herausgibt. Vor der Dreiteilung und Privatisierung der öffentlichen Bundesverwaltung Deutsche Bundespost hatte die DPG bei den Beschäftigten die Meinungsführerschaft unangefochten inne. Heute stehen ihr erfahrene Kommunikationsprofis mit überlegener Personalstärke und immensen technischen

4 Vgl. Jürgen Prott, Gewerkschaftspresse. Gegenöffentlichkeit durch Mitgliederzeitschriften, Marburg 1991.

und finanziellen Mitteln gegenüber. Im Wettkampf um die Köpfe kann hier eine gewerkschaftliche Mitgliederpublikation nur bestehen, wenn sie ein klares und unverwechselbares Gegenprofil entwickelt, wenn sie ihr inhaltliches und gestalterisches Konzept alle paar Jahre überprüft, verbessert und anpaßt. Um diesen Anforderungen zu genügen, müssen auch die Redaktionen der Gewerkschaftspresse durchgängig professionalisiert sein. Leider wird noch immer vom Öffentlichkeitsarbeiter „neben der Sach- und Fachkompetenz vorrangig eine persönlich-individuelle oder gruppenbezogene Loyalität erwartet. Aus diesem Rekrutierungsmechanismus für das PR-Personal resultieren Mängel in der Professionalität (Sach- und Fachdefizite).“⁵

Elektronische Medien werden auf absehbare Zeit zweifelsohne nicht die Aufgaben einer Mitgliederpublikation übernehmen können, doch sind zum Beispiel homepages im Internet und mail boxen nützliche Ergänzungen der gewerkschaftlichen Kommunikation. Sie sind in der Binnenkommunikation wegen ihrer Schnelligkeit besonders für die rasche Information eng umrissener Zielgruppen, wie zum Beispiel Betriebsräte, geeignet, vorausgesetzt diese haben die erforderlichen Zugangsmöglichkeiten.

Gerhard Straube,
Frankfurt/M.

5 Zitiert nach Otfried Jarren, in: Günter Bentele/Michael Haller (Hrsg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure - Strukturen -Veränderungen, Konstanz 1997, S. 109.
