

Lothar Schröder

Neue Ökonomie - neue Arbeit - neue Wege für Gewerkschaften



Lothar Schröder, geb. 1959 in Ravensburg, technische Ausbildung bei der Deutschen Post, ist Leiter der Abteilung Technologie/Innovation beim Hauptvorstand der Deutschen Postgewerkschaft. Er arbeitet im Kooperationsbüro „multimedia + arbeitswelt“ der Gewerkschaften DAG, DPG, HBV und IG Medien mit und kümmert sich dort um Innovationsprojekte und Fragen der Telearbeit. In seiner Verantwortung entstand das Konzept für den ersten bundesweiten Tarifvertrag zur alternierenden und mobilen Telearbeit, den die DPG mit der Deutschen Telekom AG abgeschlossen hat. Er arbeitet in der Projektleitung von OnForTe und quid! mit.

Gut, dass wir darüber geredet haben! Immer, wenn es um die Ausprägung der globalen Informations-, Wissens- oder Dienstleistungsgesellschaft geht oder man auf Konferenzen und Tagungen über die Ära der Internet-Ökonomie spricht, sind sich die diskutierenden Fachleute am Ende meistens einig über den Wert ihrer eigenen analytischen Beiträge und die verbindende Wirkung des Austausches. Eine Erkenntnis verbindet sehnsüchtige Untergangphilosophen mit selbstgefälligen Fortschrittdesignern, aber auch mit kritischen Gewerkschaftern, weitsichtigen Beratern und diskursbereiten Unternehmern: Die Industriegesellschaft, in der wir sozialisiert wurden, wird sich gewaltig ändern. Wäre diese Prognose nur missionarisches Zeitgeistsurfen ohne absehbare Wirkung auf den Gewerkschaftsalltag, könnte die breite Übereinstimmung beruhigend wirken. Die Dimension der Prognose, die Indikatoren, die für ihre Zuverlässigkeit sprechen, und die Art der Veränderung geben jedoch Anlass genug, auch gewerkschaftliche Experimente zur Zukunftsgestaltung zu starten. Einige Kostproben zu den Erwartungen:

- „Durch die Multimedia-Revolution kommt es in Deutschland zu einem vollständig neuen gesellschaftlichen Paradigma.“¹
- „Der Industriekapitalismus wandelt sich in digitalen Kapitalismus.“²
- „Downsizing, Outsourcing, Re-Engineering, Empowerment, Teamwork, Virtual Corporation, Cyberspace, Telecommuting, Networking, Multimedia, Infobahn... Diese Begriffe und die dahinterstehenden Konzepte sind einige Fassetten eines Umwälzungsprozesses, in dessen Verlauf sich zunächst die technischen, dann auch die sozialen Bedingungen der

1 Roland Berger & Partner GmbH, Zehn Thesen zur Ökonomie der Informationsgesellschaft am Standort Deutschland im 21. Jahrhundert; in: Enquete-Kommission „Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft - Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft“ (Deutscher Bundestag), Bonn 1997.

2 Peter Glotz, Digitaler Kapitalismus; in: Der Spiegel Nr. 39/1999.

Produktion grundlegend wandeln. Weitgehender als jemals zuvor seit Beginn der Industrialisierung wird durch neue Techniken, Managementprinzipien und Marktbedingungen ein zentrales Element unseres Lebens - die Arbeit - neu definiert.“³

- „Mit der Entwicklung der Dienstleistungsgesellschaft ist ein ebenso fundamentaler Wandel der Unternehmensorganisation, der Produktivitätsentwicklung, der Arbeit, der tradierten Lebensentwürfe und der dazu gehörigen gesellschaftlichen Institutionen und Regelungen verbunden.... Die wirtschaftlichen Erfolgsfaktoren der Industriegesellschaft werden in der Dienstleistungsgesellschaft durch neue Leitbilder ersetzt - Kundenorientierung, Flexibilität, Individualität und Geschwindigkeit.“⁴
- „Die Innovationsgeschwindigkeit ist heute bereits enorm. Das Radio brauchte 38 Jahre, um weltweit 50 Millionen Zuhörer zu gewinnen. Das Fernsehen lockte die gleiche Anzahl von Zuschauern in 13 Jahren an. Gerade einmal 4 Jahre genügten dem Internet, um 50 Millionen Surfer zu begeistern.... Die Gemeinde der Internet-Nutzer wächst an jedem Arbeitstag weltweit um 20.000.“⁵

Rasanz, Instabilität und Wandlungsfreude sind zu Markenzeichen der Internet-Ökonomie geworden. Tradition und Altherwürdigkeit von Unternehmen und gesellschaftlichen Institutionen, das Senioritätsprinzip bei den Personaldispositionen gelten nicht mehr unbedingt als Erfolgsfaktoren.

„Das typische Unternehmen der Informationswirtschaft ist flach, schlank und flexibel. Ressourcen werden von Fall zu Fall mobilisiert. Die Trennlinien zwischen Innen und Außen sind durchlässig. Fest gefügte Arbeitsorganisation wird tendenziell ersetzt durch wechselnde und eigenverantwortlich handelnde Projektgruppen und Teams“⁶, prognostiziert der DGB-Bundesvorstand.

„Heute besteht das Organigramm aus Hyperlinks, nicht aus Hierarchien, und der Wert praktischen Wissens löst die Bedeutung abstrakter Autorität ab ... Ein gesundes Intranet organisiert Mitarbeiter in vielerlei Hinsicht. Seine Auswirkungen sind radikaler als jedes Gewerkschaftsprogramm“⁷, behauptet das Cluetrain Manifesto und weist mit der These darauf hin, dass der Kampf um die Köpfe mit neuen Instrumenten geführt wird.

1,3 kg Produktionsmittel

„In einem modernen Unternehmen werden 70 bis 80 % der gesamten Arbeitsleistung vom Intellekt der Angestellten erbracht. Das wesentlichste Produktionsmittel ist klein, grau und wiegt etwa 1,3 Kilogramm. Es ist das menschliche Gehirn...“⁸ Wissensarbeit ist tendenziell ortsunabhängig. Die technische Entwicklung macht die Unabhängigkeit nutzbar. „Immer leistungsfähigere informations- und kommunikationstechnische Infrastrukturen erlauben es, weltweit fast ohne Zeitverzögerung, zu geringen Kosten und in stetig verbessernder Qualität zu kommunizieren und arbeitsteilige Leistungsprozesse zu koordinieren. Wenn

3 Forum Info 2000, Arbeiten in der Informationsgesellschaft, Bonn 1998.

4 DGB-Bundesvorstand, Zukunft der Arbeit - Zukunft der Gesellschaft; Strategien zur Modernisierung der Arbeitsgesellschaft; Berlin, Januar 2000.

5 Süddeutsche Zeitung vom 8.7.2000 („Jeden Tag 20.000 neue Internet-Nutzer“).

6 DGB-Bundesvorstand, Zukunft der Arbeit.

7 Das Cluetrain Manifesto (www.cluetrain.com).

8 Jonas Ridderstrale /Kjell Nordström, Funky Business - Wie kluge Köpfe das Kapital zum Tanzen bringen, München 2000.

Koordination zu beliebigen Zeiten von beliebigen Standorten aus erfolgen kann, verlieren auch Arbeitsplätze zunehmend ihre räumliche Bindung ... Durch die Möglichkeit einer räumlichen Verteilung von Wertschöpfungsaktivitäten werden aber nicht nur Standortrestriktionen aufgelöst, auch Zeitgrenzen können überwunden werden ... Setzt sich dieser Trend fort, dann wird der Betrieb als klassisches Gravitationszentrum der Arbeitswelt erheblich an Bedeutung und prägender Kraft einbüßen⁹. In diesen Gravitationszentren der Arbeit konnten aber Arbeitszeitregime, Tarife, Arbeitsschutzvorschriften, Mitbestimmung und andere soziale Normen eine stabile Lage finden. Auf dieses Gravitationszentrum waren Normungsinstrumente fixiert.

Die „Entbetrieblichung der Arbeit“

Mit dem gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und technischen Wandel wird sich Arbeit tendenziell vom Betrieb als diesem „Gravitationszentrum der Arbeitswelt“ entfernen. Die Zentrifugalkräfte wirken vielfältig. Stichworte hierzu sind:

- Die Informatisierung der Arbeit und der damit verbundene Zugewinn an räumlicher Ungebundenheit;
- die wachsende Kundenorientierung, die dazu führt, dass Arbeit stärker beim Kunden verrichtet wird;
- neue Managementkonzepte, die in stärkerem Maße Arbeitsergebnisse und weniger Anwesenheitszeiten kontrollieren;
- die Verbreitung von Konzepten der Telearbeit, Telekooperation, verteilter Team- und Projektarbeit;
- die veränderte Wertehaltung von „Knowledge-Workern“, die ihre Identität weniger aus Betrieben und Milieus als aus Arbeitsweisen und Arbeitsinhalten schöpfen.

In der Industriegesellschaft war visuelle und personelle Präsenz der Gewerkschaften innerhalb der Betriebe ein adäquates Mittel, um Gewerkschaftsarbeit erfahrbar zu machen, Bindung zu Mitgliedern herzustellen, gewerkschaftliche Meinungsbildungsprozesse anzustoßen und die Instrumente der Mitbestimmung für Interessenvertretung aufzubauen und zu nutzen. Eine derartige Präsenz reicht in der Arbeitswelt der Zukunft nicht aus. Gewerkschaft muss auch außerhalb der Betriebe in elektronischen Netzwerken erfahrbar werden. Einige gewerkschaftliche Experimente zielen darauf, diesen Anspruch zu realisieren.

Telearbeit gestalten

Als die Deutsche Postgewerkschaft (DPG) 1995 den Tarifvertrag zur Pilotierung der alternierenden Telearbeit mit der Deutschen Telekom abschloss, bestand trotz aller Zuversicht auch Zweifel über die Verbreitung der neuen Arbeitsform. Heute sind im Telekom-Konzern 14.500 Menschen in mobiler und 394 in alternierender Telearbeit tätig. Die neue Arbeitsform verbreitet sich - nicht nur bei der Telekom. Gewerkschaftliche Bemühungen müssen sich auf

9 Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages „Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft - Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft“, Bundestagsdrucksache 13/11004, Seite 142 ff. vom 22.06.98.

die Telearbeiter ausrichten. Telearbeit gilt als „Schaufenster auf den Arbeitsplatz der Zukunft.“¹⁰

Um auch in anderen Betrieben die Einführung der Telearbeit kritisch-konstruktiv zu begleiten, Unterbietungswettbewerbe bei der Einführung der neuen Arbeitsform zu verhindern und arbeitnehmerorientierte Ratschläge und Entscheidungshilfen zu bieten, hat das Kooperationsbüro „multimedia + arbeitswelt“ im Dezember 1997 mit Unterstützung des Bundeswirtschaftsministeriums und der Deutschen Telekom AG das Online Forum Telearbeit (OnForTe) ins Leben gerufen. OnForTe schafft Transparenz in Fragen der Telearbeit und verbreitet Beispiele für eine gute Gestaltung. Von 6 verschiedenen Standorten in der Bundesrepublik Deutschland aus berät ein arbeitnehmerorientiertes Expertennetzwerk, um die Risiken der neuen Arbeitsform zu minimieren und die Chancen zu nutzen. OnForTe wendet sich primär an Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, völlig unabhängig von ihrer Gewerkschaftszugehörigkeit. Das Projekt ist aber kein „closed job“, sondern auch offen für Selbstständige, für freie Mitarbeiter, natürlich auch für Betriebs- und Personalräte und Vertreter von Gewerkschaften.

Erfolgreiches virtuelles Expertennetzwerk

Jeder im OnForTe-Team arbeitet selbst als Telearbeiter. Im virtuellen Expertennetzwerk helfen ein freier Journalist, eine Rechtsanwältin, eine Betriebswirtin, eine Tarifexpertin und ein Betriebsrat am Telefon, per Fax und per Mail Rat Suchenden weiter. Neben der Einzelberatung besuchen die Kolleginnen und Kollegen Veranstaltungen und Betriebe. Sie kümmern sich um die rechtlichen, ökonomischen, tariflichen und betriebspraktischen Fragen der Telearbeit. Das Projekt ist im Internet präsent, ein Call Center dient als erste Anlaufstelle für Interessierte. Bis Mitte 2000 hat das Beratungsteam in mehr als 180 Veranstaltungen zum Thema Telearbeit informiert, über 20.000 Exemplare der „Basisinformation I und II“ wurden verbreitet. Darin werden praktische Gestaltungshinweise gegeben, Best-practice-Beispiele von Betriebs- und Dienstvereinbarungen vorgestellt, Checklisten zur neuen Arbeitsform angeboten und Antworten auf Fragen des Datenschutzes, der Ergonomie, der persönlichen Eignung von Arbeitnehmern und der Eignung der jeweiligen Tätigkeit für Telearbeit gegeben.

Mit 250 Publikationen und Sendungen war OnForTe in der Öffentlichkeit präsent. Die Homepage des Projektes verzeichnet monatlich etwa 20.000 Zugriffe. 1998 wurde dem Projekt der Integrata-Preis verliehen und im Jahr 1999 war OnForTe für den DigiGlobe nominiert. Eine Begleitforschung zu OnForTe belegt, dass zwei Drittel der Anrufer hoch zufrieden mit der Hilfe des Projektes sind und die Verständlichkeit der Information begrüßen. Die Struktur des Projektes mit einer Call-Center-Lösung und einem virtuellen Expertennetzwerk wurde als wichtige Voraussetzung für eine kompetente Fachberatung identifiziert.

Eine derartige Virtualisierung der Beratung kann herkömmliche branchen-, betriebs- oder regionalbezogene Gewerkschaftsarbeit unterstützen und Chancen für neuartige flexible Kooperation im Sinne der Rat Suchenden bieten. Über den gewerkschaftlichen Bezug hinaus hat sich OnForTe zum anerkannten und geschätzten Orientierungspunkt in der öffentlichen Telearbeitsberatung entwickelt.

10 Orio Giarini/Patrick M. Liedtke, Wie wir arbeiten werden - Bericht an den Club of Rome, Hamburg 1998.

Neue Themen

Das Projektteam ist dabei, weitere mit der Telearbeit verbundene Aspekte der virtuellen Arbeitswelt für eine arbeitnehmerorientierte Beratung zu erschließen. Für die Themen Telelearning, Partizipation in digitalen Netzwerken und Funktionsweisen virtueller Strukturen sollen Gestaltungsoptionen in sozialer, betriebspraktischer, wirtschaftlicher und technischer Hinsicht erarbeitet und verbreitet werden.

Die Kolleginnen und Kollegen, die im Projekt mitarbeiten, sind davon überzeugt, dass die Struktur und Arbeitsweise von OnForTe beiträgt, die Arbeitsbedingungen für TelearbeiterInnen zu verbessern. Die Schaffung von Transparenz über gute tarifliche, betriebliche und überbetriebliche Vereinbarungen zur Telearbeit kann in der unübersichtlicher werdenden Arbeitswelt herkömmliche Tarifpolitik und die Arbeit von Betriebs- und Personalräten unterstützen.

Nähere Informationen zum Projekt OnForTe sind über das zentrale Call Center und die Webseiten des Projektes erhältlich: Telefon 0 18 05/24 56 78; Internet: www.onfortede.de

Das schwedische Gütezeichen für Strahlungsarmut

Die schwedische Zentralorganisation der Angestellten und Beamten (TCO) entwickelte vor Jahren einen Maßstab für die ergonomische Vertretbarkeit der Strahlungswerte von Computerbildschirmen. Die so genannte TCO-Norm hat sich in ganz Europa verbreitet. Verbittert stellen heute PC-Verkäufer fest, dass sich ohne ein TCO-Siegel ein Bildschirm im Grunde nicht mehr verkaufen lässt. Die Kunden fragen danach.

Über Marktmechanismen und über das Nachfrageverhalten der Verbraucher hat sich damit ein Qualitätsmaßstab für Strahlungsarmut verbreitet. Können derartige Verbreitungsmechanismen auch für andere relevante Faktoren der Arbeitsbedingungen genutzt werden? Sollte das Nachfrageverhalten der Verbraucher nicht gerade in den sich schnell ändernden Märkten der Internet-Ökonomie zur Ergänzung herkömmlicher Durchsetzungsinstrumente genutzt werden? Erhält nicht gerade in der Informationsgesellschaft der Schutz der Persönlichkeitsrechte eine wachsende Bedeutung? Braucht nicht gerade der Datenschutz übergreifende und selbsttragende Qualitätsmaßstäbe, die innerbetrieblich Orientierung stiften und außerbetrieblich Anhaltspunkte für Kunden liefern könnten?

Die DPG und das Kooperationsbüro „multimedia + arbeitswelt“ wollen mit einem Experiment Antworten auf diese Fragen suchen. In Kooperation mit der Fachhochschule Frankfurt am Main soll mit der Entwicklung eines Gütesiegels ein neuer Maßstab für den betrieblichen Datenschutz entwickelt werden. Das Projekt wurde quid! getauft, das Kürzel steht für Qualität im betrieblichen Datenschutz.

quid! - Qualität im Datenschutz

Die Rechtslage im Bereich des Datenschutzes ist in Deutschland gekennzeichnet durch eine Vielzahl von Gesetzen, deren Verhältnis zueinander für den Laien überhaupt nicht und selbst für Fachleute nur schwer nachvollziehbar ist. Demgegenüber gibt es im Bereich des Arbeitnehmerdatenschutzes noch immer keine spezialgesetzlichen Regelungen.

Informations- und Kommunikationstechniken dringen in immer mehr gesellschaftliche Bereiche vor, die Anzahl der personenbezogenen Daten nimmt ständig zu. Mit dem Umfang der personenbezogenen Datensätze steigt häufig auch deren Sensibilität. Dennoch ist für viele Menschen vielfach nicht mehr zu durchschauen, welche Daten über sie erhoben, verarbeitet und genutzt werden. Gleichzeitig steigt die Innovationsgeschwindigkeit, eine wachsende Zahl eingesetzter Systeme wird immer schneller durch neue Systeme abgelöst. Die Unübersichtlichkeit erzeugt Unsicherheit.

Zur Überwindung dieser Unsicherheiten werden einfache, zeitgemäße, praxisnahe und gesetzeskonforme Handlungsmaßstäbe benötigt, um den Schutz der Persönlichkeitsrechte zu verbessern. Derartige Maßstäbe soll quid! liefern, indem es vergleichbare, objektive und leicht handhabbare Maßstäbe zur Beurteilung von Datenschutzmaßnahmen schafft.

quid! will dabei als Mittler zwischen Theorie und Praxis, zwischen Verständlichkeit und Detaillierungsanspruch, zwischen Technik und Recht, zwischen Wirtschaftlichkeit und Schutzansprüchen auftreten. Diese Vermittlungen sollen sich inner- und außerbetrieblich bemerkbar machen.

Innerbetrieblich: Der quid!-Qualitätsmaßstab soll den betrieblichen Akteuren, insbesondere Betriebs- und Personalräten, durch die Bereitstellung von Vergleichsmöglichkeiten Handlungssicherheit geben. Die Verleihung des Siegels soll das Vertrauen von ArbeitnehmerInnen in den Schutz ihrer Daten im Betrieb verbessern und ihre Persönlichkeitsrechte stärken. Durch die entwickelten Maßstäbe werden aber auch Innovationen erleichtert und Orientierungspunkte für innerbetriebliche Kontroversen um das richtige Maß an Datenschutz gegeben. Darüber hinaus kann im Betrieb ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess zum Schutz persönlicher Daten angestoßen werden.

Außerbetrieblich: Durch die Vergabe des Gütesiegels wird für den Laien erkennbar, dass sich der Anbieter eines Produktes oder einer Dienstleistung an datenschutzrechtliche Erfordernisse hält und den Schutz der Persönlichkeitsrechte ernst nimmt. Dies kann somit zu einem wichtigen Marketingargument und Wettbewerbsvorteil werden.

Ein runder Tisch für Datenschutz

Bei der Entwicklung von Gütemerkmalen setzt das Projekt quid! bewusst auf Dialog und Transparenz. Diesem Ansatz liegt die Überlegung zu Grunde, dass ein Gütesiegel im betrieblichen Datenschutz nur dann erfolgreich sein kann, wenn es

- Akzeptanz bei allen an den Datenverarbeitungsprozessen beteiligten Parteien findet,
- universell zugänglich ist und hohe Praxistauglichkeit besitzt,
- die Rechtssicherheit der handelnden Akteure und den Schutz der Persönlichkeitsrechte verbessert,
- auch betriebswirtschaftlich tragfähig ist, indem es Einsparungsmöglichkeiten aufzeigt,
- technische, rechtliche, gesellschaftliche und betriebliche Entwicklungen berücksichtigt.

quid! entwickelt Qualitätsmaßstäbe am runden Tisch. Damit fließen die Interessen vieler betrieblicher und überbetrieblicher Normsetzungsakteure zum Datenschutz ein. Das Projekt baut auf den Sachverstand von über 80 hochrangigen ExpertInnen. Es handelt sich hierbei um betriebliche PraktikerInnen, WissenschaftlerInnen, Datenschutzfachleute, IV-Sachverständige, Unternehmer und VertreterInnen der Gewerkschaften, Technologieberater, Betriebsräte, Verbandsvertreter und Vertreter staatlicher Instanzen aus dem In- und Ausland,

die in fünf Arbeitsgruppen zu unterschiedlichen Bereichen zusammenarbeiten, um Qualitätsmaßstäbe für den betrieblichen Datenschutz zu entwickeln. Die vielfältige Zusammensetzung der Arbeitsgruppen soll sicherstellen, dass eine große Anzahl der an Datenverarbeitungsprozessen direkt oder indirekt beteiligten Personengruppen und Institutionen an der Formulierung zukunftsgerichteter Standards beteiligt werden. Es gibt die Arbeitsgruppen „Prozesse“, „Produkte“, „Arbeitsplätze“, „Betriebe“ und „Datenschutzbeauftragte“. Sie werden von wissenschaftlichen quid!-MitarbeiterInnen moderiert und wählen jeweils die Sachverhalte aus, anhand derer Qualitätsmaßstäbe entwickelt werden. Die Ergebnisse werden dann in einem Plenum mit den Mitgliedern der anderen Arbeitsgruppen abgeglichen.

Die Vision von quid! lautet: Am Ende der Projektlaufzeit ist quid! ein etabliertes und selbsttragendes Verfahren, das Maßstäbe im betrieblichen Datenschutz setzt, indem es Vertrauen schafft, Persönlichkeitsrechte schützt, Innovation erleichtert und Orientierung gibt.

Dem Trend voraus

Auch die Bundesregierung hat die Notwendigkeit erkannt, dem selbststeuernden Datenschutz mehr Gewicht zu verleihen. Dies zeigt die geplante Einführung eines Datenschutzaudits im aktuellen Novellierungsentwurf zum Bundesdatenschutzgesetz. Anbietern von Datenverarbeitungssystemen und -programmen und Daten verarbeitenden Stellen soll ermöglicht werden, ihr Datenschutzkonzept und ihre technischen Einrichtungen durch unabhängige Gutachter prüfen zu lassen. quid! enthält bereits den Ansatz der freiwilligen Prüfung und ist damit diesem Trend voraus.

Das Projekt diskutiert nicht hinter verschlossenen Türen, sondern macht den Entwicklungsprozess der Öffentlichkeit zugänglich. Neben herkömmlichen Publikationsformen spielt das Internet dabei eine zentrale Rolle. Von Anfang an ist quid! daher mit einer eigenen Website im Netz vertreten, auf der neben allgemeinen Informationen auch die jeweils letzten Ergebnisse der Arbeitsgruppen- und Plenumsitzungen zu finden sind: Telefon: 0 69/66 95 95 87; Web: www.quid.de; Mail: info@quid.de

Netzwerk für Freiberufler

Freiberufliche Arbeitsformen verbreiten sich zunehmend. RTL in Köln kommt gegenwärtig etwa mit 900 Festangestellten aus, hat aber fast 4.000 freie Mitarbeiter. Bei der IG Medien stieg in den vergangenen 5 Jahren die Zahl der organisierten freien Journalisten und Künstler um über 80 Prozent auf zwischenzeitlich über 22.000 freiberufliche Mitglieder. Sie ist damit bereits heute die größte europäische Organisation für diese Gruppe. Und in der IG Medien sind Selbstständige die einzige wachsende Mitgliedsgruppe. Dass die Zahl der (organisierten) Selbstständigen stetig wächst ist nicht nur Anlass zum Jubeln: Diese Entwicklung spiegelt auch die Situation eines Arbeitsmarktes wider, in dem die Massenarbeitslosigkeit zur Ausweitung ungeschützter Arbeitsverhältnisse führt. Neben vielen überzeugten Selbstständigen, die eine Arbeitsform gefunden haben, die ihre persönlichen Bedürfnisse besser befriedigt, tritt eine wachsende Zahl von Zwangsfreien.

In einer emnid-Befragung geben aber auch 56 Prozent der Jugendlichen die Selbstständigkeit als Berufsziel Nr. 1 an.¹¹ Ob aus Not der gegenwärtigen Arbeitsmarktsituation oder ob aus eigenem Antrieb: Selbstständigkeit ist damit zum Wunschtraum vieler Jugendlicher geworden.

Gleichgültig, um welche der beiden Motive es sich handelt: Die klassische Tarifpolitik reicht nicht aus, um Dumpingkonkurrenz zwischen Angestellten und Selbstständigen oder Zwangsfreien untereinander zu verhindern.

Abgrenzung überwunden

Gewerkschaften müssen sich verstärkt mit anderen Mitteln um Selbstständige bemühen - nicht zuletzt um zu verhindern, dass Freiberuflichkeit zum Mittel der Tariffucht und zum Unterbietungswettbewerb für Arbeitsbedingungen genutzt wird. Die Arbeit der IG Medien beweist, dass Selbstständige in den Gewerkschaften eine soziale und politische Vertretung finden können. Leider begegnen manche Erwerbstätige im klassischen Arbeitnehmerstatus der „Freien-Arbeit“ immer noch skeptisch. Dabei ist die Abgrenzung von Selbstständigen zu Arbeitnehmern wohl kaum ein grundlegendes Anliegen der Arbeiterbewegung. Existenzsicherung, der Schutz vor sozialer Not, die Teilnahme am gesellschaftlichen Fortschritt und humane Arbeitsbedingungen sind grundlegende Ziele. Sie haben nach wie vor Aktualität und zählen keineswegs zu den Endmoränen der Industriegesellschaft. Sie müssen für Erwerbstätige als Selbstständige und in herkömmlichen Arbeitnehmerverhältnissen gleichermaßen gelten.

Im Herbst 2000 startet die IG Medien - unterstützt vom Bundesforschungsministerium - ein groß angelegtes Projekt zur Beratung und Vernetzung von Selbstständigen. Im Rahmen eines virtuellen Call Centers werden Selbstständige in der Medienbranche in Fragen der sozialen Absicherung, der Preisbildung für Leistungen, der Kooperationsformen und der Vertragsfragen beraten. Neben der individuellen Hilfe werden adäquate Formen der Kollektivierung genutzt. Honorarvergleiche, Seminare zum Berufsfeld, lokale Stammtische und ein umfassendes Internet-Angebot werden auf die spezifischen „Serviceforderungen“ der Selbstständigen eingehen.

Ohne Zweifel erhöhen sich für die Gewerkschaften Durchsetzungschancen und Zukunftsaussichten, wenn derartige Projekte Erfolg haben. Die Zukunft der Arbeit und die Zukunft der Gewerkschaftsarbeit ist mit einer Missachtung von selbstständigen Arbeitsformen nicht zu leisten. Wer die Zukunft gestalten will, braucht Aufgeschlossenheit gegenüber dieser Arbeitsform und neue Kommunikationswege zu Erwerbstätigen außerhalb der Betriebe.

Kommunikation ändert sich

„Interessengruppen werden sich verstärkt virtueller organisieren und auf diese Weise gesellschaftlich bzw. politisch relevante Teilöffentlichkeiten bilden.“¹² Wenn die Teilnehmer an einer internationalen Delphi-Befragung Recht behalten, wird sich diese These bis zum

11 emnid, Dezember 1996.

12 Klaus Beck/Peter Glotz/Gregor Vogelsang, Die Zukunft des Internet; Internationale Delphi-Befragung, 2000.

Jahr 2005 verwirklichen. Dies macht Netzwerkenthusiasten gewiss zuversichtlich. Beruhigt diese Prognose aber auch GewerkschafterInnen, die in herkömmlichen betriebs-, orts- und branchenorientierten Arbeitsformen ihre Berufserfahrung gemacht haben? Was wäre, wenn die Gewerkschaften sich nicht zu jenen Interessengruppen entwickeln, die sich auch virtuell organisieren?

Schon heute sind Firmeninhaber und Geschäftsführer jene, die das Internet am meisten nutzen oder nutzen wollen. Je besser die Stellung in betrieblichen Hierarchien, desto ausgeprägter ist die Online-Nutzungsbereitschaft.¹³

Mit der Verbreitung digitaler Netzwerke verändern sich betriebliche Informationskulturen. Eine Mitarbeiterbefragung, an der sich 3.830 Beschäftigte eines Hightech-Unternehmens beteiligt haben, zeigt auf, dass nur noch 35 Prozent der Kolleginnen und Kollegen das schwarze Brett als Informationsquelle nutzen. 90 Prozent der Knowledge-Worker in diesem Unternehmen nutzen das Intranet, um sich zu informieren. Sie schätzen dieses elektronische Informationsangebot ähnlich hoch wie das persönliche Gespräch mit den Kolleginnen und Kollegen.¹⁴

Wie zufrieden sind solche Arbeitnehmergruppen mit den gewerkschaftlichen Informationsangeboten? Wie zufrieden werden sie morgen sein? Wie werden die Gewerkschaften auf geänderte Kommunikationsanforderungen reagieren und vor allem wann? Selbst dem geduldigsten und abgebrühtesten Organisationsinsider dürfte es mulmig werden bei der Vorstellung, dass andere die Möglichkeiten der Online-Aktivität gegen die Gewerkschaften nutzen. Eine im Betrieb geduldete gewerkschaftsfeindliche Splittergruppe hätte hervorragende Möglichkeiten, Arbeitnehmer im Betrieb zu erreichen, besser als Gewerkschaften, die von Intranets ausgeschlossen sind. Arbeitgeber könnten sich im Streik mit persönlichen Mails an alle Arbeitnehmer wenden, die von gewerkschaftlichen Funktionsträgern zur Arbeitsniederlegung aufgerufen wurden. Der einzelne Kollege, die einzelne Kollegin wäre für persönliche Mails des Vorstandsvorsitzenden aus der Unternehmenszentrale schneller erreichbar als die Gewerkschaften jemals Flugblätter drucken können, von der Empfänglichkeit für hoch personifizierte Botschaften ganz abgesehen.

Innerhalb der Betriebe werden heute kommunikationsschwache Vertrauensleute nicht wieder gewählt. Innerhalb und außerhalb der Betriebe könnten kommunikationsschwache Gewerkschaften morgen durch Missachtung bestraft werden. Je mehr sich die Arbeit tendenziell vom Betrieb entfernt und über elektronische Netze definiert, desto notwendiger werden neue Kommunikationskonzepte gebraucht. Mehr und mehr stellen sich die Gewerkschaften dieser Erkenntnis. Über Web-Seiten zu verfügen, gilt heute als zeitgemäß, die Mail-Adressen auf der Visitenkarte als Modernitätsbeleg. Aber reicht dies aus, um für die Zukunft der Arbeitswelt gerüstet zu sein?

Offene Fragen

Muss in der Organisation deutscher Gewerkschaften in der Zukunft das Nebeneinander von Öffentlichkeitsarbeit, Mitgliederzeitung, Rundschreibenversand und Datenverarbeitung nicht durch ein integriertes Kommunikationsmanagement ersetzt werden? Gibt nicht die

13 FOCUS-Marktanalysen, „Der Markt der Computer Hard- und Software“, April 2000; www.focus.de/medialine.

14 Mitarbeiterbefragung bei der Firma DeTe CSM; Quelle: Abteilung Technologie/Innovation beim DPG-Hauptvorstand.

wachsende Anzahl von Beschäftigten in Call Centern schließlich den Ausschlag dafür, dass auch Gewerkschaften verstärkt Call Center einrichten müssen, um eine neue Kommunikationsebene mit den Mitgliedern zu finden? Ist die Pflege von Mailing-Listen nicht ähnlich relevant geworden wie der Besuch im Betrieb? Muss das Internet vom Zusatzinstrument der Öffentlichkeitsarbeit nicht stärker zum Element der Interaktion mit Gewerkschaftsmitgliedern ausgebaut werden?

Sollten Online-Chats, News Groups und Telekooperationen nicht den Alltag in den Gewerkschaften stärker prägen? Kann die extensive Nutzung nicht zum Instrument verwandelt werden, die Beziehung zu weniger betriebsgebundenen Gewerkschaftsmitgliedern zu intensivieren, beispielsweise zu Senioren und Arbeitslosen?

Sind Meinungsbildungsprozesse über das Internet und die netzgestützte Ermittlung der Informationsbedürfnisse der eigenen Mitglieder nicht längst überfällig? Sind gewerkschaftliche Wahlen und Betriebsratswahlen über das Netz denn völlig abwegig oder wären sie ein Mittel zur Steigerung der Wahlbeteiligung? Gehört das Ringen um Arbeitnehmerrechte in elektronischen Netzwerken nicht längst zur gewerkschaftlichen Kernaufgabe, wenn schwarze Bretter und Flugblattaktionen im Betrieb immer weniger Menschen erreichen?

Die Fragen sind vielfältig, die Herausforderungen gewaltig. Sicher ist: Gewerkschaftliche Kommunikationsstrategien gehören auf den Prüfstand. Zeitgemäße Antworten auf veränderte Kommunikationsbeziehungen zu finden wird zur existenziellen Aufgabe. Mitgliederorganisationen leben vom Austausch und der Kommunikation. Wenn bisherige Kommunikationsplattformen an Bedeutung verlieren, müssen die Gewerkschaften neue erschließen, um nicht zur Sprachlosigkeit verdammt zu sein. Auch in dieser Hinsicht brauchen sie mehr Experimente, um in der New Economy handlungsfähig zu bleiben.