

Der Boykott von Peugeot

Anfang 2006 verkündete Peugeot die Schließung des Werkes in Ryton, Großbritannien, und die Verlegung der Produktion nach Osteuropa. Die zwei wichtigsten Gewerkschaften des Ryton-Werkes versuchten die Schließung durch die Organisation eines Boykotts der Firma Peugeot in Großbritannien zu verhindern. Die Kampagne enthält interessante Lehren – nicht nur für die britischen Gewerkschaften, sondern auch für andere Länder, in denen Gewerkschaften innovative Formen des Arbeitskampfs in Betracht ziehen.

Lajos Kessler

Am 18. April 2006 kündigte Peugeot Société Anonyme (PSA) an, sein Werk in Ryton bis Mitte 2007 zu schließen und damit 2.300 Arbeitsplätze zu streichen.

Am 8. Juni riefen die Gewerkschaften Transport and General Workers Union und Amicus zu einem Boykott der in Ryton produzierten Produkte auf, um PSA dazu zu bewegen, die geplante Schließung des Peugeot-Werks rückgängig zu machen. Der Boykott-Aufruf sollte von einer 1,45 Millionen Euro teuren Medienkampagne in ganz England begleitet werden.

Nach der Verkaufsstatistik vom September 2006 war der Absatz von Peugeot-Fahrzeugen in Großbritannien jedoch alles andere als rückläufig, sondern nahm im Monat des Boykott-Aufrufs sogar um 1,32 % im Vergleich zu den Zahlen vom September 2005 zu. Am 10. Oktober kündigte PSA an, das Werk Ryton nicht erst Mitte 2007, sondern bereits am 8. Januar 2007 zu schließen.

Der Journalist Lajos Kessler ist spezialisiert auf sozialpolitische Themen und gewerkschaftliche Beziehungen.

Die Gewerkschaften

PSA, Hersteller von Peugeot- und Citroën-Fahrzeugen, lehnte am 18. April einen Vorschlag der Gewerkschaften ab,¹ die Produktion in Großbritannien fortzuführen, und kündigte die Schließung des Werks in Ryton bei Coventry für Mitte 2007 an, was den Wegfall von 2.300 Arbeitsplätzen bedeutete. Nach dem Vorschlag der Gewerkschaften hätte die Produktion bis 2010 weiterlaufen sollen.

Die Gewerkschaften riefen daraufhin zur Urabstimmung auf, deren Ergebnis am 5. Juni bekannt gegeben wurde. Ein Streik wurde mit 516 zu 440 Stimmen abgelehnt.

¹ Der Sanierungsplan der Gewerkschaften für das Werk Ryton sah vor, dass die Produktion bis zur Einführung des neuen Kleinwagens A58 im Jahr 2010 im Ein-Schicht-Betrieb aufrechterhalten würde. Laut PSA würde jedoch ein Ein-Schicht-Betrieb in Ryton, nach Unternehmensangaben teuerstes PSA-Werk in Europa, das Unternehmen 70 Millionen Euro im Jahr kosten. Im Vergleich zum Werk im slowakischen Trnava würde es zusätzlich 100 Millionen Euro im Jahr kosten, das neue Fahrzeug in Großbritannien zu produzieren.

Der Generalsekretär der Transport and General Workers Union („T&G“), Woodley, sagte, das Abstimmungsergebnis spiegele die Tatsache wieder, dass viele Arbeitnehmer die Entlassungspläne akzeptieren wollten, fügte jedoch hinzu, dass dies nicht das Ende der Kampagne für den Erhalt des Werks bedeuten würde. Ein führender Gewerkschaftsangehöriger ließ im privaten Kreis verlauten, dass die Entscheidung, auch diejenigen an der Abstimmung teilnehmen zu lassen, die das Abfindungsmodell der PSA akzeptiert hatten, ein taktischer Fehler gewesen sei.

Wie auch immer: Am 8. Juni kündigten die Gewerkschaften T&G und Amicus einen Boykott von Peugeot-Produkten an, mit dem erklärten Ziel, die Entscheidung zur Schließung rückgängig zu machen. Der Entschluss der PSA, das Werk zu schließen, fiel in eine für die britische Automobilindustrie äußerst schwierige Phase. Ford hatte bereits 2000 die Fahrzeugproduktion in Dagenham eingestellt, ebenso wie Vauxhall in Luton. MG Rover beendete 2005 die Fertigung in Longbridge, bei der 5.000 Arbeitsplätze verloren gingen, während Jaguar, eine Tochtergesellschaft der Ford-Gruppe, das Werk Browns Lane schloss.

T&G und Amicus waren die mitgliederstärksten Gewerkschaften im Werk Ryton, wobei die T&G innerhalb der Belegschaft einen kleinen zahlenmäßigen Vorteil gegenüber Amicus hatte.

Die beiden waren mit ihrer 2005 angekündigten landesweiten Fusion bereits weit fortgeschritten. Durch den Zusammenschluss sollte im Jahr 2007 die mit Abstand größte Gewerkschaft der Privatwirtschaft mit 2,5 Millionen Mitgliedern entstehen. Eine zeitlang kursierten auch Pläne, die 600.000 Mitglieder starke GMB mit einzubeziehen.

Zu den erklärten Zielen des Zusammenschlusses gehörte der Ausbau von „internationaler Kooperation der Gewerkschaften, um gemeinsam die Folgen der Globalisierung zu bewältigen“. Das Thema Ryton bot eine Gelegenheit zu demonstrieren, dass dieses Ziel erreicht werden würde.

Neue, starke Gewerkschaftsführer wie Tony Woodley von der T&G und Derek Simpson,

Generalsekretär von Amicus, vertraten die Auffassung, dass es Zeit sei, sich nach Jahrzehnten in der Defensive wieder neue Geltung zu verschaffen. Als sie den Boykott-Aufruf lancierten, kündigten die Gewerkschaften ihre Bereitschaft an, bis zu 1,45 Millionen Euro beizusteuern – unter anderem zur Finanzierung einer Werbekampagne, die am darauffolgenden Tag in den Medien anlaufen sollte.

Die Kampagne sollte während der British International Motor Show in London vom 20. bis 30. Juli laufen und ihren Höhepunkt im September erreichen, wenn der für diesen Monat übliche Halbjahreshöchststand an Autoverkäufen zu erwarten war. Diese regelmäßigen Absatzrekorde werden dadurch hervorgerufen, dass sich die Kennzahlen auf den Nummernschildern neu zugelassener Fahrzeuge ändern, wodurch das Fahrzeug als brandneu erkennbar ist.

Durch den Boykott sollte der Fahrzeugverkauf in Großbritannien einen Einbruch erleiden, so dass das Unternehmen dazu gezwungen würde, die Verlegung der Produktion im Werk Ryton (laut PSA eines der teuersten unternehmenseigenen Werke) nach Frankreich und in die Slowakei zu widerrufen. Großbritannien ist für PSA der drittgrößte Markt nach Frankreich und Spanien, und die Gewerkschaften waren der Meinung, dass ein Rückgang des Gesamtabsatzes um 15 bis 20.000 Stück von 280.000 die Einsparungen durch die Schließung des Werks Ryton hinfällig machen würde. Simpson: „Unternehmen, die in Großbritannien verkaufen wollen, sollten auch in Großbritannien produzieren. Wir sind fest davon überzeugt, dass die britische Öffentlichkeit Unternehmen wie Peugeot, die rentable und produktive Werke hier in Großbritannien schließen und loyale, gut ausgebildete Arbeitnehmer entlassen, ein deutliches Signal senden wollen. Ein Einbruch bei den Verkaufszahlen wird sie dort hart treffen, wo es weh tut.“

Mitarbeiter von Amicus sagen, dass die Idee zu einem Boykott aus ihren Reihen entsprungen sei, und die Kommunikationsabteilung, in der ca. 24 Mitarbeiter arbeiten (damit doppelt so viele wie bei T&G) hätte diese innerhalb der Gewerkschaft vorangetrieben. Keine der beiden Gewerkschaften behauptet von sich, zuvor Erfahrungen mit solchen Operationen gemacht zu haben.

Diejenigen, die unmittelbar daran beteiligt waren, geben zu, dass die Entscheidung in aller Eile getroffen und die Durchführung überstürzt angegangen wurde. „Das Ganze entwickelte sich, während wir mitten drin waren“, so ein bekannter Vertreter von Amicus.

Einige Hinweise darauf, mit welcher Eile die Operation organisiert wurde, gab es am 10. Juli, als der bereits angekündigte Plan, zur Unterstützung der Printkampagne bekannte Persönlichkeiten in Radiospots zu Wort kommen zu lassen, in letzter Minute abgesagt wurde. Man fand heraus, dass eine Rundfunkverordnung der britischen Aufsichtsbehörde Ofcom Kampagnen untersagte, die das Ziel hätten, die allgemeine Öffentlichkeit vom Kauf bestimmter Produkte abzuhalten.

Woodley: „Die Öffentlichkeit muss wissen, dass wir zusammen mit unseren Mitgliedern bei Peugeot gegen die Schließung eines rentablen PKW-Werks kämpfen. Die Menschen müssen wissen, dass die Gewerkschaften Sanierungspläne zur Rettung des Werks vorgelegt haben, die Peugeot einfach ignoriert hat. Und sie müssen wissen, dass wir die Unterstützung von Experten aus der Industrie haben und dass sie sich jetzt unserer Kampagne anschließen sollten. Das Gesetz verbietet uns zwar, dies im Rundfunk zu sagen, aber wir werden es überall sonst verbreiten.“

Das erste und gleichzeitig einprägsamste Plakat zeigte ein trostlos dreinblickendes Paar, einen Werksangestellten und eine blonde Frau, die sich schützend mit dem Nationalsymbol Englands umhüllen: einer weißen Flagge mit rotem Kreuz – dem Kreuz des heiligen Georg, Schutzpatrons Englands. Auf dem Plakat standen die Namen der beiden Gewerkschaften sowie der Slogan: „You’re either Peugeot or England“. Die Medienkampagne konzentrierte sich stets eng auf England und wurde nicht auf Wales, Schottland oder Nordirland ausgebreitet. Der Mann auf dem Plakat war der Gewerkschaftsführer von Amicus im Werk Ryton; die Frau war Simpsons Sekretärin.

Am Ende wurden lediglich etwa 435.000 Euro der angesetzten 1,45 Millionen Euro für Öffentlichkeitsarbeit ausgegeben; ein

Teil des Budgets wurde für Personalkosten aufgewendet.

Das Unternehmen

Im PSA-Konzern hatten die Arbeitnehmer einen profitablen Arbeitgeber, der als der siebtgrößte Automobilhersteller der Welt und der zweitgrößte Europas gilt, mit Werken in 15 Ländern und Vertrieb in ca. 150 Ländern. Als Unternehmen der Privatwirtschaft ohne staatliche Beteiligung unterlag PSA der Kontrolle der Familie Peugeot, die 26% der Aktien und 46% der Stimmrechtsanteile hält. Ein Vertreter des Unternehmens bezifferte vor dem Handels- und Industrieausschuss des britischen Unterhauses am 11. Juli² dieses Jahres den weltweiten Gewinn auf durchschnittlich 250 bis 300 Euro pro verkauftem Fahrzeug. In letzter Zeit sei jedes in Ryton produzierte Fahrzeug 400 Euro teuer gewesen als in Frankreich.

Der PSA-Konzern befand sich jedoch nicht in ruhigen Gewässern. Easybourse, eine französische Internetseite, zitierte die US-Dow-Jones-Agency mit der Aussage, dass Peugeot-Citroën seine Gewinnerwartungen innerhalb von 12 Monaten drei Mal verfehlt hätte. In einer Gewinnwarnung Ende Juli 2006 gab PSA an, dass der Reingewinn im ersten Halbjahr dieses Jahres um 60% gesunken sei. Der Gewinn je Aktie betrug 2004 6,14 Euro, zwei Jahre später verharrte er bei 4,47 Euro.

PSA kam 1978 nach Großbritannien, als es die Anteile des schwächelnden US-Konzerns Chrysler übernahm. Chrysler hatte diese wiederum 1967 von der Rootes-Gruppe übernommen, dessen Konzernchef William, Lord Rootes ein Vorreiter der Massenproduktion von Automobilen in den Midlands gewesen war. PSA erbte ein Werk, das auf wackeligen Füßen stand, doch PSA baute in den folgenden zwanzig Jahren 2,5 Millionen Fahrzeuge, von denen über 60% exportiert wurden. Es gab eine Zeit, in der die Auftragslage so gut war, dass man am Tag in vier Schichten arbeitete.

² Das aufschlussreiche Protokoll der Ausschusssitzung findet sich unter C:\Documents and Settings\Gort.DESKTOP\Desktop\Peugeot\Uncorrected Evidence 1075.htm

Natürlich wollte man seinen 14%igen Anteil am westeuropäischen Markt behaupten, doch mit einem Auge auf den globalen Markt schielend, entdeckte PSA Lateinamerika und, noch viel wichtiger, China als bedeutende Zukunftsmärkte. Nach Unternehmensangaben ist die Nachfrage nach PSA-Produkten in China im letzten Jahr um 57% angestiegen. 2006 soll der Absatz 200.000 Stück und „sehr bald schon bis zu 300.000 Stück“ betragen. Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Price Waterhouse Coopers sagte, die Fertigung von Kleinwägen in Großbritannien würde trotz eines Anstiegs der weltweiten Produktion bis zum Ende des Jahrzehnts um 16% zurückgehen.

Als die Sprecher von PSA im Unterhaus Rechenschaft ablegten, wurde im Werk Ryton – in dem es nie mehr als eine Fertigungsstraße gab, aber in dem zeitweise vier Schichten am Tag gearbeitet wurde – von zwei Schichten auf eine Schicht zurückgefahren. Mitte Oktober kündigte PSA an, dass das geplante Produktionsende um sechs Monate auf den 8. Januar 2007 vorgezogen werde. Dies wurde als letzter Schlag ins Gesicht der Gewerkschaften gesehen.

Unterstützung für die Belegschaft

Als die Schließung verkündet wurde, hieß es, dass ein Arbeiter mit 18 Dienstjahren eine Abfindung etwa in Höhe von 23 Brutto-Monatsgehältern erhalten würde. Zusätzlich könnten die Angestellten ihre Firmenfahrzeuge mit einem 33-prozentigen Abschlag auf den niedrigsten Buchwert kaufen. Den über 55-Jährigen bot man sofortige Rentenzahlungen an. Einige mögen sich dafür entscheiden und in den Ruhestand gehen, andere wiederum nehmen das Angebot an und suchen sich eine neue Anstellung, und das ist selbstverständlich ihr gutes Recht. Das Unternehmen hat ein Budget von ca. 7 Millionen Euro bereitgestellt, um Menschen zu helfen, eine neue Beschäftigung zu finden, und es arbeitet mit zahlreichen ortsansässigen Arbeitsvermittlungsagenturen zusammen. Die Entlassungsabfindung erwies sich als so attraktiv, dass im letzten Produktionsmonat noch

nicht einmal genügend Mitarbeiter zur Verfügung standen, um die Fahrzeuge zu produzieren. Der Abfindungsmechanismus hat viel dazu beigetragen, der Boykott-Kampagne den Wind aus den Segeln zu nehmen.

Ein wenig verbale Unterstützung kam aus dem Parlament. Jim Cunningham, Abgeordneter der Labour Party für Coventry South brachte am 9. Mai im Unterhaus eine Early Day Motion (EDM) ein, mit dem Titel „Support for trade union survival plan for Peugeot“.³

Cunninghams Antrag bekam 156 Unterschriften. Davon kamen 136 aus den Reihen der Labour Party, aber auch Mitglieder der Conservative Party waren darunter, genauso wie Abgeordnete der Liberal Democrats, der Democratic Unionist Party, der größten radikal-protestantischen Partei Nordirlands, sowie der Plaid Cymru, der nationalistischen Partei von Wales, der Scottish National Party und der mehrheitlich katholischen Social Democratic & Labour Party Nordirlands. Vielleicht waren es Vorboten des drohenden Ärgers, dass der Antrag erfolglos blieb, auch wenn alle diejenigen Parlamentsmitglieder unterschrieben hatten, die von den zwei Gewerkschaften „gesponsort“ wurden.

Die Unterstützung der britischen Gewerkschaften geschah eher aus Pflichtgefühl denn aus Enthusiasmus. Paul Kenny, Generalsekretär der GMB und einst ein enger Partner der beiden anderen, schrieb dazu am 19. Juli:

„Angesichts des Verhaltens des Peugeot-Konzerns gegenüber unseren Gewerkschaftsmitgliedern in der TGWU und bei Amicus wird die GMB Peugeot von der Liste der genehmigten Anbieter streichen, wenn unser Fahrzeugbestand in Kürze überholt wird. Die GMB kauft zur Zeit etwa 350 Fahrzeuge für ihren Fuhrpark.“

³ Eine Early Day Motion, EDM, ist eine parlamentarische Kontrolleinrichtung, mit der jeder Abgeordnete eine Erklärung einbringen kann, die andere Abgeordnete wiederum durch ihre Unterschrift unterstützen können. Jedoch wird sie fast nie in der Unterhausdebatte behandelt. Ihr Sinn liegt darin, das Maß an Unterstützung für eine Meinung aufzuzeigen, und wenn es diese gibt, zu sehen, ob diese sich auf die Partei oder die Parteien des jeweiligen Antragstellers beschränkt.

„Wir werden auch unsere Regionalvertretungen und Zweigniederlassungen auf die Bedeutung ethisch vertretbarer Autokäufe aufmerksam machen. Sie sollten sich die Fakten im Zusammenhang mit der Werkschließung bei Peugeot und der Entlassung von 2.000 Menschen in Coventry vor ihrem nächsten Autokauf genau ansehen.“

„Bitte richten Sie unseren Genossinnen und Genossen bei Peugeot unsere besten Wünsche und solidarischen Grüße aus.“

Auf der anderen Seite konnten beide Gewerkschaften bereits vor der feierlichen Unterstützung durch das Parlament immer auf internationalen Rückhalt setzen. Am 19. April, noch bevor der Boykott ausgerufen wurde, bekamen die britischen Gewerkschaften Unterstützung von der CGT in Paris, die erklärte, die Schließung sei „eine skandalöse Entscheidung“. Die PSA-Gruppe innerhalb der CGT verurteilte die Praxis, Arbeitnehmer in verschiedenen Ländern gegeneinander auszuspielen, um Arbeitskosten zu senken und die Dividenden der Aktionäre zu erhöhen.

Der Europäische Metallgewerkschaftsbund (EMB) gehörte zu den ersten Unterstützern des Boykotts. Am 28. April erklärte er in deutlichen Worten:

„Die Europäischen Gewerkschaften stellen mit großem Bedauern fest, dass zur gleichen Zeit, als die Führung von PSA mit ihnen ein internationales Rahmenabkommen bezüglich der sozialen Verantwortung verhandelte (ein Abkommen, dessen Absicht es war, das soziale Engagement des Konzerns zu verstärken), dieselben Personen gleichzeitig damit beschäftigt waren, die Ankündigung der Werkschließung in Ryton vorzubereiten. Dabei wurden die grundlegenden Regeln der Information und Konsultation der Mitarbeiter missachtet.“

Am 24. Mai gingen Arbeiter des Werks Ryton zusammen mit dem EMB nach Paris, um während einer Aktionärsversammlung vor der PSA-Zentrale zu demonstrieren. Die CGT erklärte, der PSA-Konzern habe „vergessen, dass wir Gewerkschaften eine wertvolle Waffe in Europa haben: unsere Solidarität“.

Am darauffolgenden Tag erklärte Emil Machyna, Präsident der slowakischen Metallarbeitergewerkschaft KOVO in einem Brief an den EMB die „ungeteilte Solidarität“ seiner Organisation mit den Kollegen in ihrem „fairen Kampf“ für den Erhalt der Produktion in Großbritannien.

Die Folgen des Boykotts

Am 6. Juli 2006 sagte Roger Maddison von Amicus:

„Wir haben einen realistischen Plan für einen Weiterbetrieb des Werks Ryton vorgelegt, und zwar so, dass es für den Konzern sogar noch produktiver und rentabler wird...Wenn die Unternehmensführung sich von den Zahlen in unserem Unternehmensplan für das Werk Ryton nicht überzeugen lässt, so hoffen wir, dass unsere 1,45 Millionen Euro schwere Boykottkampagne sie davon überzeugen wird, dass ihre Entscheidung falsch ist und für den Absatz und für den Ruf des Konzerns sehr schädigend sein kann.“

Am Tag darauf berichtete The Independent: „Eine 1,45 Millionen Euro teure Gewerkschafts-Kampagne, die Autofahrer überzeugen soll, aus Protest gegen die Schließung des Werks Ryton in Coventry keine Peugeot-Fahrzeuge zu kaufen, scheint ein Flop geworden zu sein: Gestern gab der französische Autobauer bekannt, dass der Absatz in Großbritannien im letzten Monat drastisch zugenommen habe.“

Der Boykott-Aufruf wurde mit Pauken und Trompeten und ganzseitigen Zeitungsanzeigen Anfang Juni eingeleitet und rief die Öffentlichkeit dazu auf, „an England zu denken“, wenn man beabsichtigte, sich in diesem Sommer ein neues Auto anzuschaffen. Die Gewerkschaft Amicus startete die Kampagne, nachdem die Unternehmensführung von Peugeot sich geweigert hatte, die Entscheidung zur Schließung des Werks Ryton im nächsten Jahr und damit den Verlust von 2.300 Arbeitsplätzen nochmals zu überdenken.

Die neuesten Zahlen belegen jedoch, dass im letzten Monat der Verkauf von Peugeot-Modellen um 17% auf 12.675 Fahrzeuge angestiegen ist. Zu verdanken ist dieser Auftrieb vor allem dem Verkaufsstart des

neuen 207er- Modells, während die Verkaufszahlen auf dem gesamten Neuwagenmarkt um 4% zurückgingen.

Peugeots Vizepräsident sowie Strategie- und Produktchef Jean-Marc Nicolle sagte, der Boykott-Aufruf der Gewerkschaft sei ungerechtfertigt und könnte im Falle eines Erfolgs noch weitere 5.000 Arbeitsplätze bei Vertragshändlern und Zulieferbetrieben in Großbritannien sowie im Stammhaus gefährden.

Amicus schlug zurück und warf Peugeot vor, den alternativen Sanierungsplan der Gewerkschaften für das Werk Ryton nicht ernsthaft prüfen und die Schließung sogar noch „beschleunigen“ zu wollen, indem man die Arbeiter mit einer Aufstockung der normalen Abfindung um 4.000 Pfund (ca. 5.800 Euro) lockte.

Im Werk Ryton, wo das auslaufende 206er-Modell hergestellt wird, wird ab nächsten Montag statt in zwei Schichten nur noch in einer Schicht gearbeitet, und die Gewerkschaftsführer befürchten sogar, Peugeot könne es bereits im Oktober komplett stilllegen.

Roger Madison, nationaler Gewerkschaftsführer für die Automobilindustrie bei Amicus, kündigte an, dass die Boykott-Kampagne den ganzen Sommer über laufen würde, um den Verkauf von Peugeot-Fahrzeugen im wichtigen Monat September zu beeinflussen, wenn die neuen Zahlen für die Nummernschilder ausgegeben würden.

Laut Peugeot gab es 1.500 Bewerbungen für die 1.000 Entlassungen mit Abfindungsanspruch, die diese Woche mit Ende der zweiten Schicht vorgenommen werden. Der großzügige Abfindungsplan sieht ca. 65.000 Euro für einen Fließbandarbeiter mit 15 Dienstjahren vor. Die Arbeitnehmer erhalten des weiteren 33% Rabatt auf den Kauf ihres Firmenfahrzeugs, wenn sie es wünschen.

Der Sanierungsplan der Gewerkschaften für Ryton beinhaltete die Aufrechterhaltung des Betriebs in einer Schicht bis 2010, wenn mit der Produktion eines neuen, kleineren Modells mit dem Codenamen A58 begonnen werden soll. Laut Jean-Marc Nicolle würde es Peugeot allerdings 70 Millionen Euro im Jahr kosten, Ryton in einer Schicht weiter zu betreiben; 100 Millionen Euro mehr im Jahr würde es kosten, das neue Modell in Großbritannien herzustellen anstatt im favorisierten Werk Trnava in der Slowakei.

Ferner sehe sich Peugeot in diesem Jahr aufgrund gestiegener Rohstoffpreise und strengerer Emissionsrichtwerte mit einer finanziellen Mehrbelastung von 600 Millionen Euro konfrontiert, so dass eine Gnadenfrist für sein teuerstes Werk in Europa nicht zu rechtfertigen wäre.

Der Gesamtabsatz von Peugeot in Westeuropa ging im ersten Halbjahr um 2,2% zurück, während die Verkaufszahlen in Großbritannien konstant bei 148.000 Stück lagen. Während der Verkauf von Peugeot-Modellen in Großbritannien im Juni angestiegen war, verbuchte die Schwestermarke Citroën einen 8%igen Rückgang bei den Neuzulassungen.

Der Verband der britischen Automobilhersteller und -händler (SMMT) macht ein abnehmendes Vertrauen der Verbraucher und höhere Kraftstoffpreise für den Rückgang des Gesamtmarkts um 3,6% verantwortlich. Der Absatz ist mittlerweile in neun aufeinanderfolgenden Quartalen rückläufig und in diesem Jahr bereits um 4,2% gesunken.

Die Statistik des Verbands der britischen Automobilhersteller und -händler zeigt, dass im September 2006 der Absatz von Peugeot-Fahrzeugen um 1,32% im Vergleich zu September 2005 angestiegen war und jetzt bei 26.503 Stück liegt. Damit hatte der Konzern einen Anteil am britischen Automobilmarkt von 6,4%. In den ersten neun Monaten des Jahres 2006 stieg der Absatz bei Peugeot um weitere 0,3% auf 117.589 Stück im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2005; damit hatte Peugeot einen Marktanteil von 6,18%.

Kraftfahrzeugstatistiken in Großbritannien sind durch die Praxis der Pre-Registration beliebig manipulierbar, da Fahrzeuge, die sich im Besitz eines Händlers befinden, als „verkauft“ gezählt werden dürfen, obwohl sich noch gar kein fester Abnehmer gefunden hat. Damit können die Verkaufszahlen über das Jahr etwas geglättet werden, um Spitzen zu vermeiden, die auftreten, wenn Käufer ihren Autokauf bis zur Vergabe der neuen Nummernschild-Kennzahlen im September und März aufschieben. Diese vorab registrierten Fahrzeuge werden bei vielen Hersteller einfach zum berichteten Gesamtabsatz dazugezählt. Erwartungsgemäß kommt es so zu sehr unterschiedlichen Lesarten der Zahlen.

Man kann kaum die Schlussfolgerung ziehen, der Boykott hätte große Auswirkungen auf den Peugeot-Konzern oder auf seine Marken gehabt. Nur 435.000 Euro des Gesamtbudgets von 1,45 Millionen Euro wurden für Öffentlichkeitsarbeit ausgegeben, und es stand sehr bald fest, dass die Strategie erfolglos blieb und dem Verkauf nicht schadete. Die ganzseitigen Zeitungsanzeigen – die wenigen, die es gab – wurden hauptsächlich im Daily Mirror und im Guardian geschaltet. Einige wurden auch in der Wirtschaftspresse und in Regionalzeitungen platziert, und ferner wurden Plakatwände in der Nähe von Peugeot- und Citroën-Händlern angemietet. Die Autokäufer jedoch schienen sich selbst in den Midlands, wo PSA den Gewerkschaften zufolge am meisten verkauft, vom Aufruf der Gewerkschaften nicht besonders angesprochen gefühlt zu haben. Hinzu kam, dass die Bevölkerung das Werk Ryton als Teil eines französischen Konzerns ansah, dessen Name für viele Engländer noch nicht einmal leicht auszusprechen war. Für die Arbeiterschaft war es schwieriger, die Leute zu erreichen, als wenn sie einen Namen wie Jaguar, Austin oder Morris verteidigt hätten.

Der Absatz des PSA-Konzerns blieb stabil, auch wenn das Unternehmen mehr Geld als erwartet für Öffentlichkeitsarbeit als Reaktion auf den Boykott-Aufruf ausgeben und zudem sein Versprechen halten musste, die hohen Abfindungssummen für die Entlassenen zu zahlen. Ende 2006 fehlten im Werk so viele Arbeiter, dass man Probleme hatte, die Produktion aufrecht zu erhalten.

Schluss

Der PSA-Plan zu Kosteneinsparungen, der nur zwei Wochen nach der unerwarteten Rücktrittsankündigung des CEO Jean-Martin Folz zum Januar, vorgelegt wurde, sieht Einsparungen in Höhe von 125 Millionen Euro im zweiten Halbjahr 2006 vor, teilweise durch Einschnitte in Höhe von 500 Millionen Euro bei den jährlichen Kapitalausgaben von insgesamt etwa 3 Milliarden Euro.

Ein Teil der Einsparungen sollte sich aus der Entscheidung ergeben, kein zweites Werk in Trnava zu bauen. Ursprünglich hat-

te Peugeot-Citroën 350 Millionen Euro für die neue Fabrik vorgesehen, die für ein neues Modell geplant war, das 2010 auf den Markt kommen sollte. Diese Fertigung wird nun in die bereits existierende Fabrik aufgenommen, womit 200 Millionen Euro eingespart werden.

Das eigentliche neue PSA-Werk im slowakischen Trnava wurde am 19. Oktober von den Konzernchefs von Peugeot, Thierry Peugeot und Jean-Martin Folz, offiziell eingeweiht – zum gleichen Zeitpunkt stellten sich die Arbeiter im Werk Ryton auf die wenigen verbleibenden Arbeitswochen ein.

Einige Branchenkenner meinen, der Boykott-Aufruf hätte uns die unvermeidlichen Konsequenzen der Tatsache vor Augen geführt, dass sich die Konzernzentralen der größten Automobilhersteller in Großbritannien außerhalb des Landes befinden. Die Hauptauswirkung ist, dass jeder Hersteller, der vor der Wahl steht, eine Produktion zu stoppen, geradezu dazu bestimmt ist, dies in einem Werk außerhalb des eigenen Landes zu tun, so z. B. in Großbritannien, um sich nicht der Kritik über die Schließung im eigenen Land auszusetzen. „Mit solch einem demonstrativen Selbstbewusstsein wie bei der Schließung in Ryton hätte PSA sich nie im Leben getraut, ein Werk in Frankreich zu schließen“, heißt es aus einer erfahrenen Branchenquelle.

Pessimistisch könnte man die Boykott-Kampagne als einen teuren Fehlschlag bezeichnen. Sie wurde in aller Eile ausgedacht und in noch größerer Eile geplant. Dies führte zu einer Reihe strategischer Fehler.

Den größten Fehler machten die Gewerkschaften, indem sie die Aufgaben, die vor ihnen lagen, unterschätzten. Die Zahlen des SMMT, so unzuverlässig oder verzerrt sie auch gewesen sein mögen, zeigten, dass PSA keine nennenswerten Absatzverluste hinnehmen musste – wenngleich die Gewerkschaften versucht hatten, den Boykott auch auf die Händler auszuweiten. Viele Beobachter sind der Meinung, dass das Boykottieren einer Automarke selbst unter den besten Umständen nur sehr schwer zu erreichen ist, da der Käufer sich nicht einfach von seinem Lieblingsmodell oder seiner Lieblingsautomarke abbringen lässt.

Besonders schwierig ist es, einen Boykott zu erreichen, wenn Verbraucher in England (aber nicht Schottland, Wales oder Nordirland) aufgefordert werden, vermeintlich „fran-zösische“ Autos zu meiden, deren Namen die meisten Engländer nicht einmal richtig aussprechen können. Die Verbraucher fragen sich: Wie kann so ein Boykott patriotisch sein? Diejenigen die außerhalb der Midlands wohnen fragen: Es wird in Ryton gebaut? Wo liegt Ryton? Liegt es irgendwo in der Nähe von Dagenham?

Viele potenzielle Käufer müssen gedacht haben, dass mit der schwindelerregenden Aufeinanderfolge von Werksschließungen, Inbetriebnahmen und Verlegungen von Fabrikationsanlagen in der gesamten Automobilindustrie – die langatmige Saga von Austin-Morris, die Ankunft der Japaner, die Übernahme von Jaguar durch Ford, das Ende der Autoproduktion bei Vauxhall etc., etc.– die Schließung des Werks Ryton zu den unaufhaltsamen Folgen weltweiter wirtschaftlicher Umbrüche gehört.

Die fehlende Bekanntheit des Boykott-Aufrufs in Südostengland, ganz zu schweigen von Südwestengland und dem Norden, zeigt, dass die Botschaft nicht wirkungsvoll genug verbreitet wurde. Wie gesagt wurden gerade einmal 435.000 der 1,45 Millionen Euro für die Öffentlichkeitsarbeit verwandt, und durch die Kampagne wurde keine nennenswerte Zahl an neuen Gewerkschaftsmitgliedern eingestellt. Die etwas verkrampfte, punktuelle Art der Werbung war nicht annähernd stark genug, die allgemeine Öffentlichkeit auf den Boykott aufmerksam zu machen. Die Kampagne wurde von den Gewerkschaftsführern und den Abteilungen für Öffentlichkeitsarbeit der beiden Gewerkschaften vorangetrieben – insgesamt etwa 36 Personen, die nebenher auch noch ihr Alltagsgeschäft weiter erledigten, sowie von den PR-Agenturen der Gewerkschaften.

Die Gewerkschaftsangehörigen sind zufrieden, dass ihre wirtschaftlichen Argumente, die sie mit Hilfe von Beratern vorgelegt hatten, ernst genommen wurden. Die Kampagne hat dennoch kaum eine kämpferische Atmosphäre hervorrufen können. Andere Gewerkschaften waren freundlich hilfsbereit, aber nicht massiv unterstützend. Selbst wenn sie in großem Umfang unter-

stützt hätten, hätten die Gesetze aus der Ära Thatcher, die auch unter Blair weiterhin Geltung haben, solidarische Aktionen empfindlich eingeschränkt.

Um Wirkung zu erzielen, hätte man eine ganze Menge Geld – viele Millionen Pfund, die beide Gewerkschaften nicht hätten aufbringen können – in die Kampagne investieren müssen. Aber selbst wenn mehr Geld in die Öffentlichkeitsarbeit geflossen wäre – hätte es den erwünschten Erfolg gebracht? Viele zweifeln heute daran.

Der Stand der Gewerkschaften wurde dadurch geschwächt, dass die Arbeiter im Werk Ryton gegen einen Streik gestimmt hatten und viele, guten oder schlechten Gewissens, die Abfindungssumme und die Hilfe bei der Umschulung oder bei der Jobsuche angenommen hatten.

Optimistisch gesehen hat die Boykott-Kampagne den Konzern dazu gezwungen, seinen Werbeetat zu erhöhen, um dem Boykott entgegenzuwirken. Außerdem war es eine willkommenen Demonstration einer Gewerkschaftsinitiative und eine wertvolle Lehrstunde für ähnliche, besser vorbereitete Aktionen in der Zukunft.

Blickpunkt Großbritannien

Die letzten Veröffentlichungen der FES London können wir Ihnen auch gerne auf Nachfrage hin zusenden. Bitte kontaktieren Sie bezüglich Bestellungen das Londoner Büro über die Kontaktseite der website www.feslondon.org.uk

Gordon Brown – ein heimlicher Europäer?

<http://www.feslondon.org.uk/documents/BrownderEuropaer.pdf>

Ernst Hillebrand

Im Lauf des ersten Halbjahres 2007 wird der bisherige Finanzminister Gordon Brown das Amt des britischen Premierministers übernehmen. Brown gilt in der Öffentlichkeit als Euroskeptiker, der für die EU und ihre Institutionen nur wenig Sympathie hegt und dessen politisches und intellektuelles Interesse weit mehr den USA gilt. Aber ist dieses Bild richtig?

Der Nationalstaat und die Linke

<http://www.feslondon.org.uk/documents/DerNationalstaatunddieLinke.pdf>

David Goodhart

Nicht nur in Deutschland diskutiert man über einen neuen Patriotismus. Auch in Großbritannien sind eine Stärkung von nationaler Identität und die Bewahrung des Nationalstaats notwendig, so David Goodhart, Herausgeber von "Prospect", um die Herausforderungen von Zuwanderung und gesellschaftlichen und kulturellen Wandel zu bewältigen.

Gordons Welt

<http://feslondon.org.uk/documents/GordonsWelt.pdf>

David Mephams

Der vorliegende Artikel aus der Feder David Mephams, des stellvertretenden Direktors des Labour-nahen Think tanks ippr, versucht die Konturen der Außenpolitik eines zukünftigen Premiers Brown zu bestimmen. Der Artikel ist ursprünglich in der Ausgabe des britischen Monatsmagazins "Prospect" erschienen.

Dicke Luft in Londonistan

Ernst Hillebrand

<http://library.fes.de/pdf-files/bueros/london/03686.pdf>

Im Verhältnis zu seinen muslimischen Einwanderern ist Großbritanniens Multikulturalismus weitgehend gescheitert. Nur das linke Establishment will dies immer noch nicht wahrhaben

Linke Bevölkerungspolitik

<http://www.feslondon.org.uk/documents/BlickpunktGroSbritannienLinkeundBevolkerungspolitik.pdf>

Mike Dixon und Julia Margo

Überall in Europa wächst die Sorgen über alternde Gesellschaften, Rentenlöcher und fehlende Kinder. Dies gilt für Deutschland ebenso wie für andere Länder. Die bisherige Distanz der Linken zu diesem Thema ist aber, so das Labour-nahe britische Forschungsinstitut Institute for Public Policy Research, grundfalsch.