



Spotlight US Election 2008

:: Articles – Interviews – Cartoons ::

**FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG**
Büro Washington

1023 15th Street, NW, # 801
Washington, DC 20016
T +1 202-408-5444
F +1 202-408-5537

fesdc@fesdc.org
www.fesdc.org

Gewerkschaften im US-Wahlkampf: Die Wählermobilisierungsmaschinen

Kaum eine politische Gruppe ist für den Wahlkampf der Demokraten wichtiger als die US-Gewerkschaften. Der Grund ist einfach: Bei vergangenen Wahlen stimmten etwa drei Viertel der Wähler aus Gewerkschaftshaushalten für die Demokraten. Allerdings gilt die Formel: „Gewerkschafter gleich Wähler der Demokraten“ nicht. Die sogenannten „Reagan Democrats“, sozialkonservative, überwiegend weiße Arbeiter, wie sie beispielsweise nördlich von Detroit (Michigan) zu finden sind, fühlen sich durchaus von Republikanern angesprochen. John McCain hat deshalb nicht zufällig bei der Nominierung Sarah Palins als Vizepräsidentschaftskandidatin auf ihre Gewerkschaftsverbundenheit hingewiesen: „Die Person, die ich Ihnen nun vorstellen werde, war Gewerkschaftsmitglied und ist mit einem Gewerkschafter verheiratet, und sie kennt die Probleme, die Hoffnungen und Werte von Arbeitnehmern.“

Die Instrumentalisierung der Gewerkschaftszugehörigkeit von Sarah Palin und ihrem Mann Todd Palin stieß allerdings auf scharfe Kritik bei der Stahlarbeitergewerkschaft (United Steelworkers Union/USW). Deren Präsident Leo Gerard kritisierte: „Nur weil Todd Palin einer von 850.000 Beitrag zahlenden Mitgliedern der USW ist, ändert das noch nichts an Senator McCains langer gewerkschaftsfeindlicher Vergangenheit und seiner Politik, die sich gegen Arbeitnehmer richtet.“

Die Gewerkschaftsmitglieder müssen mobilisiert werden, um tatsächlich für die Demokraten zu stimmen. Deshalb werden die beiden großen Dachverbände AFL-CIO (9 Millionen Mitglieder in 55 Einzelorganisationen) und Change to Win (CTW, 6 Millionen Mitglieder in 7 Gewerkschaften) in diesem Jahr die Rekordsumme von rund 300 Millionen US-Dollar bereitstellen. Tausende von Helfern allein vom AFL-CIO absolvieren 10 Millionen Hausbesuche, führen 70 Millionen Telefongespräche und verteilen 20 Millionen Flugblätter.

Seit dem Ende der Vorwahl hat Barack Obama den Rückhalt der Gewerkschaftsfunktionäre beider Dachverbände. Aber die Gewerkschaftsfunktionäre stehen in diesem Jahr vor einem großen Problem – dem Kandidaten. Wie lässt sich ein junger, afroamerikanischer Kandidat bei den überwiegend weißen, männlichen Gewerkschaftern an der Basis verkaufen? Wie tief die Ressentiments noch immer sitzen, zeigt eine ABC News/Washington Post Umfrage vom Juni 2008: Danach geben drei von zehn Befragten zu, dass sie rassistisch motivierte Vorurteile haben. Um gegen den latenten Rassismus vorzugehen, spricht beispielsweise Richard Trumka, Schatzmeister des AFL-CIO, das Thema direkt an: „Es gibt keinen einzigen guten Grund für einen Arbeiter und gerade ein Gewerkschaftsmitglied gegen Barack Obama zu stimmen. Es gibt nur einen schlechten Grund: dass er nicht weiß ist.“

Die zweite Strategie der Gewerkschaften im Wahlkampf ist die Betonung der Inhalte. Obama hat in der Vergangenheit nicht nur für eine Erhöhung des Mindestlohns gestimmt und für eine umfassende Gesundheitsversicherung geworben, er spricht sich auch gegen die Privatisierung der Renten aus und will neue Mittelklassejobs im Bereich erneuerbarer Energien schaffen. Zudem unterstützt er das zentrale Gesetzesvorhaben der Gewerkschaften – den „Employee

Free Choice Act (EFCA)“. Dieses Gesetz würde die geheimen Wahlen abschaffen, in denen Beschäftigte entscheiden müssen, ob sie in ihrem Betrieb von einer Gewerkschaft vertreten werden wollen. Obama hat den Gesetzesentwurf für EFCA selbst mit eingebracht. Bei einem Wahlsieg des Demokraten rechnen sie mit dessen Verabschiedung, die voraussichtlich zweistellige Millionenzuwächse an Mitgliedern brächte.

Dass die US-Gewerkschaften einen Obama im Weißen Haus auch in die Pflicht nehmen werden, zeigt das Beispiel der Dienstleistungsgewerkschaft Service Employees International Union (SEIU). Diese hat fünf Millionen US-Dollar für den Wahlkampf Obamas bereitgestellt, aber die doppelte Summe für die anschließende „accountability“ Kampagne veranschlagt. Sie soll im Falle des Demokratischen Wahlsiegs sicherstellen, dass der neue Präsident seine Versprechen auch im Sinne der Gewerkschaften umsetzt.

Das Kalkül der Gewerkschaften scheint dieses Jahr trotz des „schwerer vermittelbaren“ Kandidaten aufzugehen. In Michigan, dem Staat der Autoindustrie, wo 37 Prozent der Wähler Gewerkschaftsmitglieder sind, hat der Republikanische Kandidat John McCain seine Kampagne bereits aufgegeben.

Knut Panknin
Almut Wieland-Karimi
FES-Washington / 17. Oktober 2008