

„Wir brauchen keine Konflikte in die Betriebe hineinzutragen, die sind schon da.“

beschreibt Detlef Wetzel, IG-Metall-Vize, im Interview seine Linie: Die ist effizient und knallhart ergebnisorientiert (Seite 30). Kampagnen werden daran gemessen, ob sie Mitglieder bringen oder nicht. Die Mitgliederfrage sei „die politischste Aufgabe überhaupt“.

Das neue IG-Metall-Konflikt-Management grenzt sich klar von der gewerkschaftlichen Stellvertreterpolitik ab. Entstanden sind

diese Ideen im Siegerland, interessant, wie viel Ähnlichkeit sie mit US-amerikanischen Organizing-Konzepten haben. Von denen berichtet Thomas Greven und davon, wie die US-Gewerkschaft SEIU den Dienstleistungssektor aufmischt.

Sollten überhaupt die institutionell verankerten

deutschen Gewerkschaften von der Militanz der US-Gewerkschaften lernen? Britta Rehder geht der Frage nach und zeigt Risiken und Nebenwirkungen auf.



Foto: Karsten Schöne

Die Kampagnen bringen zwar wieder jüngere Menschen zur Gewerkschaft, aber was bringen sie für die Gewerkschaft – an Mitgliedern, an Betriebsräten? Das haben wir die Kampagnen-Macher von OrKa gefragt (siehe Porträt Seite 16) und die Hamburger ver.di-Aktivisten, die Wachleute und Lagerarbeitskräfte organisieren.

Neu ist, sagt der Industriosozologe Klaus Dörre, dass Niedriglöhner und Leiharbeiter von den Gewerkschaften angesprochen werden; das ist ganz im Sinne der Organizing-Konzepte – und recht weit weg von der Facharbeiter-Tradition deutscher Gewerkschaften (Beitrag Seite 39).

Einiges ändert sich – warum nicht auch die deutschen Gewerkschaften, auf jeden Fall wird der Betrieb zur konfliktreichen Arena.

Wir wünschen anregende Lektüre und allen unseren Leser/innen frohe und entspannte Festtage

Cornelia Girndt

CORNELIA GIRNDT
cornelia-girndt@boeckler.de