Internationale Solidarität als Strategie gewerkschaftlicher Erneuerung am Beispiel der grenzüberschreitenden T-Mobile Kampagne

Sarah Bormann

In meinem Vortrag diskutiere ich das Verhältnis von Kooperation und Effektivität am Beispiel einer grenzüberschreitenden Organisierungskampagne.

Gewerkschaften verfolgen im Rahmen von Kampagnen multi-skalare Ansätze, um ihren Zugang zu gewerkschaftlichen Machtressourcen (Silver 2005; AK Strategic Unionism 2013; Brookes 2013) zu erweitern und damit ihre Durchsetzungsfähigkeit zu vergrößern. Ein erweiterter Zugang zu Machtressourcen erhöht allerdings nicht zwangsläufig die Durchsetzungsfähigkeit. Die Effektivität von Kampagnen hängt nämlich maßgeblich davon ab, in welcher Weise die verfügbaren Ressourcen strategisch genutzt werden. Die Besonderheit grenzüberschreitender Kampagnen besteht darin, dass sie auf einer Kooperationsbeziehung basieren. Daraus können Zielkonflikte zwischen der Beziehungsqualität und einer strategischen Umsetzung entstehen – so meine zentrale These.

Diese These basiert auf der Annahme, dass die Qualität der Beziehung neben dem Interesse eine wichtige Variable ist, um ein hohes Commitment und die Bereitschaft zum Einsatz der eigenen Ressourcen zu erklären. Die Beziehungsqualität beschreibt sowohl die Beziehung zwischen den Akteuren innerhalb des Führungsteams als auch auf der betrieblichen Ebene. Auf der Ebene des Führungsteams ist von zentraler Bedeutung, dass es ein „management of differences“ (Gajewska 2008) gibt. Wenn der Umgang mit den Unterschieden allerdings geprägt wird von bestehenden Gewerkschaftshierarchien (Cumbers und Routledge 2008), kann dies die Strategie beeinträchtigen.

Empirischer Gegenstand des Vortrags ist die Netzwerkkampagne „We expect better“. Im Rahmen dieser Kampagne mobilisiert die US-Gewerkschaft *Communication Workers of America* (CWA) „internationale Solidarität“, um bei der Organisierung des Dienstleisters T-Mobile USA ihre Durchsetzungsfähigkeit zu erhöhen. Dabei setzt sie explizit auf eine enge Partnerschaft mit der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di. Das Beispiel unterscheidet sich also deutlich von einer instabilen, kurzfristigen ad-hoc Kooperation, mit denen Kampagnen oft assoziiert werden (Hauptmeister und Greer 2008). Damit ist es hervorragend geeignet, um das Verhältnis von Kooperation, Mobilisierung von Machtressourcen und Kampagneneffektivität zu reflektieren.