

ver.di / Telekom-Streik

Chronologie des Telekom-Streiks

2. November 2006

Der Telekom-Aufsichtsrat bestellt René Obermann zum neuen Chef der Deutschen Telekom.

6. Dezember 2006

Obermann kündigt auf einer Pressekonferenz einen gravierenden Konzernumbau an.

28. Februar 2007

Der Aufsichtsrat beschließt die Gründung einer Servicegesellschaft. 50.000 Mitarbeiter sollen dorthin wechseln, ihre Gehälter um zwölf Prozent sinken und die Arbeitszeit steigen.

25. April 2007

Die Gespräche zwischen Telekom und ver.di über die Auslagerung scheitern.

10. Mai 2007

ver.di beschließt zu streiken. Es wird der erste Arbeitskampf seit der Privatisierung vor zwölf Jahren.

13. Juni 2007

Telekom und Gewerkschaft nehmen die Verhandlungen nach mehr als einem Monat wieder auf.

20. Juni 2007

Die Tarifparteien schließen einen Kompromiss: Das Gehalt der Beschäftigten sinkt nominell um 6,5 Prozent, wird aber dank der Gegenrechnung künftiger Tarifrunden auf jetzigem Niveau gehalten. Die Mitarbeiter der neuen Service-Gesellschaft genießen Kündigungsschutz bis 2012. Die Wochenarbeitszeit steigt von 34 auf 38 Stunden.

29. Juni 2007

Bei einer Urabstimmung unterstützen 72,6 Prozent der teilnehmenden ver.di-Mitglieder den ausgehandelten Kompromiss.

1. Juli 2007

50.000 Beschäftigte wechseln in drei neue Gesellschaften (Callcenter, Kundendienst, technische Infrastruktur) unter dem Dach der T-Service GmbH.

in der Wirtschaft gilt, der bei Arbeitnehmern aller Branchen für Irritation sorgt. „Wir wollten mit dem Streik auch für andere Unternehmen Auslagerungen unattraktiv wirken lassen“, bestätigt ver.di-Pressesprecher Jan Jurczyk. „Das Signal ist: Derartige Auslagerungen lohnen

sich nicht, sie führen zu kostspieligen Streiks der Belegschaft.“

Krisen-PR-Experte Kai vom Hoff vermutet, dass die ver.di-Funktionäre die Entscheidung für den Arbeitskampf sehr strategisch getroffen haben. „Streiks bieten grundsätzlich ein hohes Aufmerksamkeitspotential“, sagt vom Hoff. „Sie sind prime-timefähig.“

Politisches Dilemma Gleichzeitig versuchten ver.di-Funktionäre, die Politik für ihr Anliegen zu gewinnen. Abgeordnete wurden zu Aktionen in die Wahlkreise eingeladen.

Vor allem suchten Streikleiter Ado Wilhelm und sein Kommunikationsteam den Schulterschluss mit der SPD. Auf einem Streikportal im Internet veröffentlichten sie zum Beispiel eine Solidaritätsadresse des sozialdemokratischen Bundestagsabgeordneten Klaus Barthel.

„Für die SPD war der Streik wichtig, weil wir deutlich machen mussten, wo wir in diesem Konflikt inhaltlich stehen und dass letztlich nur die Sozialdemokratie Arbeitnehmerinteressen wirksam wahrnehmen und durchsetzen kann“, erklärt der Parlamentarier.

Dabei steckten Barthel und seine Genossen in einem Dilemma: Der Bund, für den die SPD als Partner der Großen Koalition in der Regierung sitzt, ist Mehrheitsaktionär der Deutschen Telekom – in gewisser Weise gehört Barthel damit in diesem Konflikt zur Arbeitgeberseite.

Medienblockade Die Bundesregierung hielt sich offiziell aus allen Scharmützeln um die Ausgliederungsstrategie von Telekom-Chef René Obermann heraus. Fußsoldaten wie Barthel winden sich, dass man leider öffentlich nicht über die Diskussionen im Aufsichtsrat sprechen könne: „Um so wichtiger war es

für uns, im direkten Kontakt zu den Streikenden vor Ort und durch gemeinsame Aufrufe und Erklärungen unsere Auffassung zu kommunizieren. Zumal wir an dieser Stelle mit einer massiven Medienblockade kämpfen mussten.“ Barthel wirft der Presse vor, mit falschen und einseitigen Zitaten den Eindruck zu erwecken, dass sich auch Sozialdemokraten vom Streik distanzieren.

Für Gewerkschaften werde es zunehmend schwierig, die drei „Kommunikationsarenen“ der Politik, ihrer Mitglieder und der massenmedialen Öffentlichkeit aufein-



ver.di-Sprecher Jan Jurczyk: Auslagerungen für andere Unternehmen unattraktiv machen.

ander abzustimmen, erläutert der Politologe Jens Tenscher in einem Fachbeitrag aus dem Jahr 2006 („Medienereignis ‚Streik‘“ in: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 38/2006). Der Wissenschaftler sieht in dem erfolglosen Versuch der IG Metall im Jahr 2003, die 35-Stunden-Woche zu erstreiken, den Hauptgrund für das inzwischen nachhaltig schlechte Image der Arbeitnehmervertretungen in deutschen Redaktionen.

Geringer Verdienst Damals lieferten sich IG-Metall-Chef Klaus Zwickel und sein Nachfolger Jürgen Peters eine Schlammschlacht um den richtigen Kurs. Mehr als 60 Prozent der Presseberichte fielen negativ aus, zählte Tenscher, „nur acht Prozent hatten eine positive Botschaft.“ Die Tarifverhandlungen scheiterten: „Das war das Bild, das auch auf andere Gewerkschaften ausstrahlte“, fasst er zusammen.

So gelang es der Telekom zum Teil besser als ver.di, die Medien für sich einzuspannen. Telekom-Chef René Obermann argumentierte schon zu einem frühen Zeitpunkt, dass Angestellte bei Konkurrenzunternehmen oft nur rund die Hälfte verdienen und dafür auch noch länger arbeiten müssen als die Mitarbeiter des magentafarbenen Riesen. Bald kursierten in der Wirtschaftspresse die entsprechenden Vergleichszahlen.

Verzerrte Zahlenspiele ver.di widerlegte Obermann nicht, dafür brachte das ARD-Politmagazin „Kontraste“ am 7. Juni 2007 einen Beitrag, in dem deutlich wurde, dass die Zahlenspiele zumindest teilweise verzerrt und im Sinne der Telekom gefärbt worden waren. Sofort setzten die ver.di-Kommunikatoren einen Link zur Sendung auf ihre Homepage. Für sich nutzen konnten sie das Thema aber nicht.

Bereits vor Beginn des Streiks schafften es René Obermann und sein Vorstand, sich positiv in Szene zu setzen. Das oberste Telekom-Gremium verkündete Mitte April öffentlichkeitswirksam, sich am geplanten Gehaltsverzicht der Servicemitarbeiter zu beteiligen. Zur Kommunikationsstrategie der Gewerkschaft wollte man sich in der Pressestelle des Bonner Konzerns nicht äußern.

„Ich glaube nicht, dass ver.di gehofft hat, die Strategie des Ma-

agements zu verhindern“, urteilt der Politologe Josef Esser, Gewerkschaftsexperte an der Universität Frankfurt am Main. „Es ging um Schadensbegrenzung. Kaum jemand nahm an, dass dieser Streik zu gewinnen sei.“ ver.di habe vielmehr politisch demonstrieren wollen, dass man als Organisation für die Beschäftigten weiterhin attraktiv ist und noch etwas herausholen kann, meint Esser.

Zweitens hätten die Arbeitnehmervertreter versucht, sich als wichtige und ernstzunehmende Verhandlungspartner zu profilieren. „Das Streikergebnis ist trotz aller Rhetorik eine Niederlage“, sagt Esser. Der Wissenschaftler befürchtet nun, die Imagekrise der Gewerkschaft könne sich weiter verschärfen. Die Telekom-Belegschaft jedenfalls hat den Kurs der Verhandlungsführer zunächst bestätigt: 72,6 Prozent gaben der Vereinbarung in der Urabstimmung am 29. Juni ihren Segen.

„Die totale Imagekrise ist aus unserer Sicht nicht zu erwarten“, vermutet der Krisenexperte Kai vom Hoff. Allerdings hält der Düsseldorfer ein innovativeres Kommunikationsmanagement der Gewerkschaft für wünschenswert: „Neue Ideen, konstruktive Ansätze, nicht immer gegen, sondern für etwas sein und auch die unternehmerische Machbarkeit nicht aus den Augen verlieren.“

Streit auf hohem Niveau Heiko Kretschmer, Mitinhaber der Berliner Agentur Johanssen + Kretschmer, hält die Kommunikation der Gewerkschaft dagegen für „äußerst professionell“: „Hier wurde auf höchstem Niveau gestritten“, sagt Kretschmer. „Auf der einen Seite stand die innerlich tief zerrissene ver.di, die den nicht verarbeiteten

DasErste.de[®] rbb[®]

Kontraste

Telekom - Löhne drücken mit falschen Zahlen

Sendung vom 07. Juni 2007, Autor: Ursel Sieber

Real Video Druckversion

Immer noch Streik bei der Telekom. Die Löhne müssen gesenkt werden! Darauf beharrt die Konzernleitung. Die Konkurrenz zahle schließlich auch viel weniger, so das Hauptargument des Global Players. Dabei operiert die Telekom aber mit falschen Zahlen. In Wahrheit verdient man in diesen Betrieben ähnlich hohe Gehälter. Der größte Aktionär der Telekom, die Bundesregierung, schweigt zu diesem Schwindel. Ursel Sieber hat nachgerechnet.

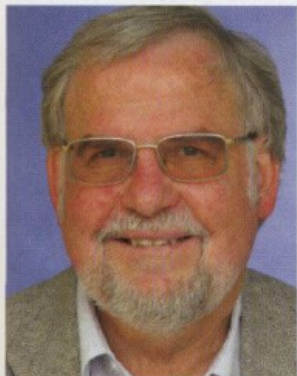
Fusionsprozess nur durch den stets neu erfundenen Feind von außen zu bewältigen weiß. Auf der anderen Seite stand die Deutsche Telekom, deren Management in millionenschweren Kampagnen solange von der Wettbewerbsfähigkeit und Stärke des Unternehmens geredet hat, bis es auch die eigene Belegschaft glaubte.“

Kretschmer lobt vor allem die Idee der Führung, auf Teile des eigenen Gehalts zu verzichten: „René Obermann und sein Vorstand verstanden, dass sie Mitgefühl mit den Mitarbeitern zeigen müssen, dass Verständnis für deren schwierige Lage notwendig ist.“

Dopt den Service! Inzwischen haben die Telekom-Angestellten den Wechsel in die neuen Servicegesellschaften angetreten, und die Medien wenden sich wieder einem ihrer Lieblingsthemen zu: der Kundenferne des früheren Staatsmonopolisten. Am Montag, dem 2. Juli, pünktlich zum ersten Arbeitstag der Ex-Telekom-Leute in den ausgelagerten Einheiten, stellte der *stern* eine Leserumfrage zum Service der Telekom auf seine Internetseite. Tenor: „Die breite Mehrheit schimpfte: Falsche Rechnung, niemand zuständig, endlose Wartezeiten.“ Das Magazin titelte süffisant: „Dopt den Telekom-Service!“

David Selbach/Rouben Bathke ■

ARD-Magazin deckte auf: Obermanns Zahlen waren teilweise Schönfärberei.



Frankfurter Politologe Josef Esser: Der Streik war kaum zu gewinnen.



David Selbach ist Partner im Journalistenbüro wortwert in Köln. Seine Schwerpunkte sind Mittelstand und Kommunikation.



Rouben Bathke ist freier Autor in Köln. Zu seinen Themengebieten gehören Politik, Wirtschaft und Medien.