

Wolfgang Lemb

Geschäftsführendes Vorstandsmitglied

Rede auf der Branchenkonzferenz der Hausgeräte-Industrie

7. Mai 2014, Wuppertal, Tryp Hotel, 14:00 Uhr

Liebe Kolleginnen und Kollegen!

Es freut mich sehr, heute in Wuppertal dabei sein zu können.

Auf diese Weise lerne ich das traditionsreiche Vor-Ort-

Seminar der Weißen Ware kennen. Wir haben die

Gelegenheit, miteinander zu diskutieren und dieser

Meinungsaustausch ist mir wichtig. Heute Morgen, beim

traditionsreichen Unternehmen Vorwerk konnte ich leider

nicht dabei sein. Aber Themen des Vormittags werden auch

in meinem Kurzreferat wieder auftauchen.

Das Branchentreffen Weiße Ware hat die IG Metall schon in

den 80er Jahren organisiert. Es entstand im Umfeld eines

Programms mit dem Titel „Humanisierung der Arbeit.“ Dieses

staatliche Programm hat ein Bundesforschungsminister

namens Hans Matthöfer auf den Weg gebracht. Matthöfer war davor für die Bildungsarbeit der IG Metall verantwortlich.

→Worum ging es bei diesem staatlichen Aktions- und Forschungsprogramm? Und worum muss es heute gehen? Ich möchte das kurz skizzieren.

→Dann will ich den Bogen zu den Humanisierungs-Erfordernissen speziell der Hausgeräte-Industrie schlagen.

→Diese Industrie ist gegenwärtig mit drei Problembereichen konfrontiert. Die werde ich kurz benennen.

→Abschließend will ich deutlich machen, worin der Beitrag einer Industriepolitik bei der Bewältigung dieser Probleme bestehen kann.

Industrie-, Struktur- und Energiepolitik gehören zu den Aufgaben, die mir nach dem letzten Gewerkschaftstag übertragen wurden.

Was also hat die damalige Humanisierungs-Kampagne bezweckt? Es ging ihr darum, die Belastungen durch schwere und monotone Arbeit zu vermindern. Höhere Taktzeiten am Fließband, bessere Pausenregelungen,

weniger Umgebungslärm, aber auch mehr Mitbestimmung am unmittelbaren Arbeitsplatz waren die Ziele dieses Programms. Unabhängige Wissenschaftler haben die beteiligten Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände damals beraten. Die Betriebsräte waren an der Umsetzung der sog. Transferprojekte beteiligt.

Das waren damals die gewerkschaftspolitischen Ziele. Was sind die Herausforderungen heute, speziell in der Weißen Ware?

Alle Hersteller haben mittlerweile Ganzheitliche Produktionssysteme implementiert. Diese Produktionssysteme und davor die lean production haben die zarten Pflänzchen Gruppenarbeit und Jobrotation – Errungenschaften der Humanisierungsdebatte - zunichte gemacht. Die Produktion von Kühlgeräten und Waschmaschinen ist längst wieder so kurzgetaktet wie eh und je. Bloody taylorism nennen das die Briten mit einer drastischen Bezeichnung.

Kurzzyklische Fertigung wie eh und je – nur, die Belegschaften sind jetzt zwanzig, dreissig Jahre älter. Die Ganzheitlichen Produktionssysteme treffen auf einen Altersdurchschnitt in der Branche, der hart an die 50 grenzt. Ich komme zu dem ersten der drei Problembereiche, der Demografie.

Viel wäre gewonnen, wenn die Häufigkeit des verwendeten Worts entsprechende Aktivitäten in den Betrieben signalisieren würde. Das Gegenteil ist der Fall. Es wird viel vom demografischen Problem geredet, aber es passiert ganz wenig.

Schon jetzt bringen die neuen Produktionssysteme unsere Leute an ihre physische und psychische Grenze. Bei Taktzeiten von zum Teil unter 30 Sekunden muss schon das Naseputzen unterbleiben. Dass ältere Kolleginnen am Band regelmäßig Beruhigungspillen schlucken, gehört zur hässlichen Realität. Völlig unbeantwortet bleibt die Frage: Wie sollen unter diesen engen Vorgabezeiten und dürftigen Arbeitsinhalten Produktionsarbeiterinnen und –arbeiter bis 67 ihren Job bewältigen?

Die IG Metall hat, wie Ihr wisst, eine bundesweite Umfrage gemacht. Über 500 Tausend Personen haben geantwortet. Schaut man sich die Antworten des Branchenführers in der Weißen Ware an, dann fällt auf:

Die negativen Ergebnisse liegen deutlich über dem bundesweiten Durchschnitt. Und was für BSH-Traunreut und -Dillingen gilt, wird bei AEG in Rothenburg nicht anders sein.

Die Frage: „Haben Sie Sorge, dass Sie den wachsenden Anforderungen ihrer Arbeit nicht mehr gewachsen sind“, bejahen bei der BSH 49 Prozent, bundesweit sind es 40 Prozent.

Dann die Frage: „Wie gut ist Ihr Betrieb auf älter werdende Belegschaften vorbereitet?“ Schlecht, sagen 43 Prozent der BSH'ler, 36 Prozent sind es bundesweit.

Dass sie ihre Arbeit bis zum Rentenalter ausüben können, glauben nur 64 Prozent unserer Weiße Ware-Kollegen, bundesweit sind es zumindest 54 Prozent.

Die Belastungen einer typischen Fließband-Fertigung schlagen sich in diesen Zahlen nieder. Sie verdeutlichen, wie dringlich das Problem Demografie in der Hausgeräte-Industrie ist.

Das nächste dicke, zu bohrende Brett ist das Internet. Die Brisanz für die Hausgeräte-Industrie will ich mit einem Zitat ausdrücken: „Wer virtuell, im Internet, nicht vertreten ist, findet bald in der realen Welt nicht mehr statt.“ So die Einschätzung der Unternehmensberater von Roland Berger. Der Kaufmännische Vorstand von Vorwerk, Herr Liebisch, den Ihr heute Morgen gehört habt, wird diese Einschätzung sicherlich teilen.

Für das Überleben der Hersteller wird wesentlich sein, ob sie künftig die Funktion des Online-Händlers übernehmen können, des Händlers also, der an den Endkunden liefert. Der zahlungskräftige Endkunde, das ist bald die Facebook-Generation. Für sie ist Einkaufen im Internetshop völlig selbstverständlich. Eine neue EU-Richtlinie ist zudem in Arbeit, die diesen Trend noch verstärken wird. Sie wird

europaweit elektronische Marktplätze fördern und Barrieren gegen das Onlinegeschäft wird sie schleifen.

Online-Verkauf und Verkauf im klassischen Geschäft, das wird kein Entweder/Oder sein. Gerade Vorwerk beweist, dass man das eine tun und das andere nicht lassen muss. Man kann, nein man muss beide Kanäle bedienen, den stationären Handel und das Online-Geschäft. Wer letzteres vernachlässigt, wird bei jährlichen Zuwachsraten von 15 Prozent bald im Hintertreffen sein.

Ein Epochenumbruch ist gegenwärtig im Gang. Der klassische Handel ist der Verlierer, Amazon und Redcoon gehören zu den Gewinnern. Die Weiße Ware-Hersteller dürfen dieses Geschäft nicht verschlafen. Verkaufen an den Endkunden muss zur Kernkompetenz werden. Denn was ist die Alternative? Der Preisverriss bei den Hausgeräten wird weitergehen, die Renditen werden geschmälert, der Druck auf die Tarifverträge wird zunehmen.

Liebe Kolleginnen und Kollegen!

Unseren Tarifverträgen wollen die Weiße Ware-Unternehmen zur Zeit mit einer neuen Verlagerungswelle entgegen. Ich bin bei meinem dritten Problembereich, der Verlagerung administrativer Geschäftsfelder. Das ist bei der BSH, das ist bei Electrolux, das ist bei Whirlpool zu beobachten. Mal sind es die Kreditoren, deren Arbeit nach Polen verlagert wird, mal ist es ein ganzer Finanzbereich, der nach Dublin oder nach Banglaore soll.

Nachdem die Ganzheitlichen Produktionssysteme durch die Fabriken gefegt sind, ist es nun das erklärte Ziel der Geschäftsführungen, die Vertriebs- und Overheadkosten zu reduzieren. Die europaweite Zentralisierung von Dienstleistungen, sog. Shared Services einzurichten, ist beabsichtigt. Natürlich sollen diese Service-Center nicht in Deutschland liegen. Und mit Dienstleistungen sind keineswegs nur kaufmännische Bereiche gemeint. Forschung und Entwicklung sollen überproportional im Ausland wachsen.

Wie muss die gewerkschaftlich organisierte Branche darauf reagieren? Sie sollte als erstes die Standortsicherung und den Ausschluss betriebsbedingter Kündigungen festschreiben. Dabei gilt es, die betroffenen Angestellten von Anfang an einzubeziehen, beispielsweise mit Befragungen, beispielsweise in Workshops, mit dem Ziel, Alternativen zur Verlagerung zu erarbeiten.

Die Angestellten bei der Strategieentwicklung beteiligen, Sachkundige aus diesen Bereichen nach § 80,2 Betriebsverfassung einbeziehen – das sind probate Mittel, um diese Beschäftigtengruppe an Mitbestimmung und Metall-Gewerkschaft heranzuführen. Denn trotz ERA gilt ja nach wie vor: Viel zu wenig Angestellte sind in der IG Metall organisiert.

Das Verhältnis der Gewerblichen zu den Angestellten liegt in den modernsten Fabrikstandorten der Weißen Ware in Kürze bei 50:50. Wenn es uns nicht gelingt, bei den Kaufleuten, bei den Ingenieuren stärker Fuß zu fassen, wird der Einfluss unserer Organisation in der Branche deutlich abnehmen.

Liebe Kolleginnen und Kollegen!

Mit meinen Eingangsbemerkungen bin ich auf das alte staatliche Aktionsprogramm Humanisierung der Arbeit eingegangen. Nach dem bisher Ausgeführten wird es niemand verwundern, zu hören, dass die IG Metall bei der Neuauflage dieses Programms wieder mit dabei war. Die Initiative Gute Arbeit liegt ganz auf der Traditionslinie des Humanisierungs-Programms.

Es geht darum, die Gesundheit und die Beschäftigungsfähigkeit unserer Leute zu erhalten. Es geht um gesundheitsförderliche Arbeitsgestaltung. Es geht um Nachfolgeplanung, Know-how-Transfer und Fachkräfte-Rekrutierung. Aber letztendlich dreht es sich um die Frage, ob die Weiße Ware-Fabriken auch mit älteren Belegschaften in Deutschland noch eine Zukunft haben.

Ich möchte dafür werben, es Euren Miele-Kolleginnen und – Kollegen nachzumachen! Die sind bei der Initiative Gute Arbeit mit dabei, genauer gesagt bei dem Projekt mit dem Titel „Zukunftsfähige Personalarbeit und Arbeitsgestaltung.“

Dieses Projekt wird vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales mitfinanziert. Was macht ein Ministerium, das es als seine Aufgabe sieht, zukunftsfähige Personalpolitik und Arbeitsgestaltung zu erforschen und zu erproben? Es betreibt nichts anderes als Industriepolitik. Ich bin bei meinem letzten Punkt.

Industriepolitik soll Rahmenbedingungen für die anstehenden Modernisierungsschübe schaffen. Bei diesen Umbrüchen darf menschliche Arbeit nicht unter die Räder geraten. Sichere, qualifizierte, selbstverantwortliche Arbeit ist unsere Version. Wir wollen, dass Güter energieeffizient und ressourcenschonend hergestellt und verbraucht werden können. Das gilt nicht zuletzt für die Haushalts-Güter.

Die Energiewende bietet – industriepolitisch klug gemanaget – gerade für die Weiße Ware ein großes Potential. Was seit über einem Jahrzehnt auf seine Vermarktung wartet, das smart home, das vernetzte Haus mit seinen entsprechenden Hausgeräten, kann endlich den Durchbruch erleben. Vorausgesetzt sind flexible Stromtarife.

Wenn der Strompreis niedrig ist, weil der Hochsommer hält, was er verspricht, dann lohnt sich die Anschaffung einer intelligenten Waschmaschine oder eines solchen Trockners, die dieses Preissignal registrieren und automatisch starten können. Verknüpft mit einem intelligenten Stromnetz bietet das Hausgerät dann den Zusatznutzen, den der Konsument bis heute vermisst.

Erst unter dieser Voraussetzung werden die Weiße Ware-Konzerne ihre Zurückhaltung aufgeben und in die Produktion einer neuen Wascher- und Trocknergeneration investieren. Potentielle Arbeitsplätze verwandeln sich erst dann in tatsächliche neue Jobs.

Am Beispiel der Weißen Ware lässt sich gut demonstrieren, was den Gebrauchswert einer klugen Industriepolitik für eine Branche ausmachen kann.

Das sog. smart grid, das intelligente Stromnetz, das die Industriepolitik realisieren muss und die intelligenten

Hausgeräte, die dann folgen werden - das ist eine realistische Vision für die Zukunft. Schon in der Vergangenheit ist die Hausgeräte-Industrie mit der Produktion energieeffizienter Produkte gut gefahren. Strom einzusparen ist ja, neben der regenerativen Stromerzeugung, das zweite Standbein der Energiewende. Weiße Ware spielt dabei eine große Rolle. Sie verbraucht im Haushalt den meisten Strom und aufs Konto der Privathaushalte wiederum geht die Hälfte des Energieverbrauchs.

Die Weiße Ware hat bei der Energieeffizienz eine beeindruckende Bilanz vorzuweisen. Sie hat den Stromverbrauch ihrer Geräte in den letzten 15 Jahren massiv gesenkt. Beim der Waschmaschine um 40, beim Geschirrspüler um 50, beim Wäschetrockner um 70, bei Gefriertruhen bald um 80 Prozent. Entsprechend den europaweiten Marktanteilen der hoch effizienten Geräte bedeutet das eine Stromeinsparung in der Größenordnung einer Millionenstadt.

Energieeffizienz ist also eine Erfolgsstory für die Branche. Sie hat sich damit erfolgreich gegen Billigimporte zur Wehr

gesetzt. Sie hat mit besseren Produkten gepunktet, statt sich auf einen aussichtslosen Preiswettbewerb einzulassen.

Energieeffizienz ist auch eine Erfolgsstory für die Umwelt. Jedes nicht verbrauchte Kilowatt reduziert die CO₂-Emissionen. Das von der Europäischen Kommission ins Leben gerufene Energieverbrauchs-Label dient damit dem Klimaschutz. Es riegelt den Markt für die Stromfresser ab. Seit 2012 dürfen die Hersteller den Verbrauchern keine A-Geräte mehr verkaufen.

Für die Großen, die BSH, Miele, Liebherr und Electrolux, bietet das kein Problem. Sie haben ihre Produktion längst umgestellt. Umgestellt haben aber auch Gorenje und Arcelik. Sie haben mittlerweile aufgeholt und bringen ebenfalls Triple A-Geräte auf den Markt. Und für Samsung waren die besten Verbrauchsklassen sowieso noch nie ein Problem. Es ist an der Zeit also, sich nach einer neuen Erfolgsstrategie umzuschauen und wie diese aussehen kann, habe ich zu skizzieren versucht.

Liebe Kolleginnen und Kollegen!

Ich bin am Ende meiner Rede angelangt. Leider konnte ich den Ratsschlag von Peter Ustinov nicht ganz befolgen:

„Fange mit einem kleinen Scherz an, höre mit einer lockeren Bemerkung auf und dazwischen halte Dich kurz.“ So das Erfolgsrezept des britischen Humoristen.

Trotzdem, danke schön für Eure Aufmerksamkeit.