

Kfz-Handwerk

WIR VERSTEHEN UNSER HANDWERK | WWW.OFFENSIVE-HANDWERK.DE

AUSZUBILDENDE SEITE 4

Mit der „Offensive“ aktiver im Betrieb

AUTOVERKÄUFER SEITE 5

Provisionen machen Probleme

MERCEDES-BESCHÄFTIGTE SEITE 6

Warnstreiks in ostdeutschen Niederlassungen

AUSBILDUNGSVERGÜTUNGEN 2014 GESTIEGEN

Mehr für Azubis mit Tarif

Die tarifvertraglich vereinbarten Ausbildungsvergütungen in den Kfz-Berufen, die die IG Metall aushandelt, steigen seit 2012 stetig: im letzten Jahr um 3,3 bis 4,6 Prozent. In den alten Bundesländern sind sie um 3,8 Prozent und den neuen Bundesländern sogar um 4,6 Prozent erhöht worden. Das Bundesinstitut für Berufsbildung schreibt, dass Kfz-Mechatroniker/-innen in der Ausbildung im Handwerk durchschnittlich 712 Euro im Westen und 588 Euro im Osten verdienen, wenn sie tariflich gesichert sind. Jugendliche profitieren also, wenn sie sich bei tarifgebundenen Betrieben bewerben. Dann haben sie gegenwärtig Monat für Monat ein Fünftel mehr in der Tasche, als die Kolleginnen und Kollegen, die nicht in tarifgebundenen Betrieben arbeiten.

Das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) beobachtet seit 2012, dass die Ausbildungsvergütungen deutlich steigen. Die Wissenschaftler führen das darauf zurück, dass die Unternehmen ihre Stellen nicht mehr so leicht besetzen können. Die meisten Probleme haben Betriebe in Ostdeutschland, wo die Schulabgängerzahlen bereits seit 2008 erheblich sinken. ■

KFZ-TARIFRUNDE 2015 IN DEN „STARTLÖCHERN“ – „OFFENSIVE HANDWERK“ STARTET DURCH

Farbe bekennen

Die IG Metall befindet sich mit der Kfz-Tarifrunde 2015 in den „Startlöchern“. Die Kolleginnen und Kollegen beginnen in den Autohäusern und Werkstätten, über ihre Forderungen zu diskutieren. Je mehr Beschäftigte die Tarifrunde zu ihrer Sache machen, um so mehr kommt für sie unter dem Strich raus. Alle „Kfz-Handwerker“ können auch mit dem Button „Kfz. Wir für mehr“ Farbe bekennen. Das ist auch das vorrangige Ziel der „Offensive Handwerk“ in diesem Jahr, die jetzt durchstartet, damit die IG Metall im Kfz-Handwerk sichtbar wird.





Jörg Hofmann,
Zweiter Vorsitzender der IG Metall

»Aktiv werden in der **Tarifrunde**«

Das Kfz-Handwerk startet in den nächsten Wochen in die Tarifrunde 2015. Unter der Überschrift „WIR FÜR MEHR“ beginnen in den Betrieben die Diskussionen darüber, welche Forderungen aufgestellt werden. Die Vorzeichen stehen gut: im Verkauf und im Service. Die Insolvenzen im Kfz-Handwerk gehen zurück. Es gibt also keinen Grund zu jammern!

Für die Metallerrinnen und Metaller kommt es jetzt darauf an, so früh wie möglich loszulegen. Möglichst viele Beschäftigte sollten in den Autohäusern und Werkstätten beteiligt werden. So entsteht ein breites Meinungsbild. Und es bietet sich die Chance, die „Kfz-Handwerker“ besser zu mobilisieren.

Gute Argumente reichen meist nicht aus, um gute Tarifiergebnisse zu erzielen. Es muss auch in dieser Tarifrunde Druck auf die Arbeitgeber ausgeübt werden. Je mehr Beschäftigte sich engagieren, desto stärker sind unsere Argumente. Doch zu oft schauen Arbeitnehmer noch unbeteiligt zu. Darum sollten noch mehr Beschäftigte, die bisher nicht in der IG Metall sind, zum aktiven Mitmachen bewegt – und als Mitglieder geworben – werden. Eine Tarifrunde muss gute Ergebnisse für unsere Mitglieder bringen. Das erreichen wir nur, wenn wir stärker sind als zuvor. ■



KFZ-TARIF 2015: IG METALL MITTE BEFRAGT MITGLIEDER

Sagen, was Sache ist

Vorreiter in der diesjährigen bundesweiten Kfz-Tarifrunde ist die IG Metall Mitte, die für Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland und Thüringen zuständig ist. Die Tarifverträge wurden Anfang Januar 2015 gekündigt. Jetzt haben die Mitglieder Post nach Hause bekommen. Sie werden nach ihren Forderungen befragt und sollen „sagen, was Sache“ ist.

„Farbe bekennen und Forderungen abgeben“ – unter diesem Motto lädt die IG Metall Mitte ihre Mitglieder im Kfz-Handwerk ein, bei der Tarifrunde 2015 mitzumachen. Sie können Informationsmaterial anfordern und eine Forderungskarte ausfüllen. Gefragt werden die Metallerinnen und Metaller,

- welche Entgeltforderung sie für angemessen halten (von einem bis zu acht Prozent),
- wie sie die wirtschaftliche Situation des Betriebs einschätzen und
- ob sie sich an Aktionen/Warnstreiks beteiligen würden.

Diesmal wird die Beschäftigtenumfrage von der „Offensive Handwerk“ unterstützt. „Vor zwei Jahren haben wir unsere Mitglieder in den Kfz-Betrieben noch in echter ‚Handarbeit‘ befragt.

Das hat zu vielen Diskussionen geführt. Die guten Erfahrungen haben uns motiviert, das unbedingt zu wiederholen“, sagt Josef Windpassinger, Bezirkssekretär der IG Metall Mitte.

Für die zahlreichen Tarifgebiete, für die der Bezirk verantwortlich ist, wurden die Verträge Anfang Januar gekündigt, obwohl sie erst am 30. April 2015 auslaufen. „Wir wollen einfach mehr Zeit haben, um in den Betrieben über die Forderungen zu diskutieren. Wenn wir möglichst viele Beschäftigte daran beteiligen, können wir sie in der ‚heißen Phase‘ auch leichter mobilisieren“, weiß der für das Handwerk zuständige Bezirkssekretär. Die Mitglieder werden motiviert, den IG Metall-Button „Kfz. Wir für mehr“ zu tragen und andere Kollegen davon zu überzeugen, als Mitstreiter/-innen auch Farbe zu bekennen.

MITGLIEDER DER TARIFKOMMISSIONEN DER IG METALL MITTE: ERWARTUNGEN



Giovanni Gambera, Hessen

» Es war selbstverständlich für mich einzutreten. Sich in der Gewerkschaft zu organisieren, ist der einzige Weg, um Druck auf den Arbeitgeber auszuüben. «



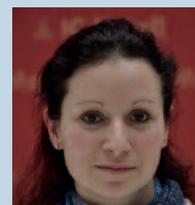
Gordian Baran, Saarland

» In den drei BMW-Standorten im Saarland arbeiten rund 30 Leiharbeitskräfte. Wir wollen, dass die Kolleginnen und Kollegen fest bei uns beschäftigt werden. «



Jürgen Langer, Hessen

» Die IG Metall ist die einzige Organisation in unserer Branche, mit der wir die Chance haben, unsere Arbeitsbedingungen zu verbessern. «



Bojana Klos, Saarland

» Weil viele Niederlassungen verkauft werden, haben Kolleginnen/-innen Zukunftsängste. Mit einem guten Tarifabschluss hoffe ich, dass wir ihnen die etwas nehmen können. «

„OFFENSIVE HANDWERK“ FÜR PRO-AKTIVE BETRIEBSRATSARBEIT

Jetzt durchstarten

Inzwischen hilft die „Offensive Handwerk“ bundesweit in den Betrieben, die Interessen der Beschäftigten konsequenter durchzusetzen: von Rendsburg bis Ulm, von Krefeld bis Dresden. 80 Prozent gehören zum Kfz-Gewerbe. Das übrige Fünftel verteilt sich auf die Elektro- und Metallbau-Branchen. 2015 will die „Offensive Handwerk“ noch einmal durchstarten.

Der Schwerpunkt liegt darauf, Betriebsräten professionell mit Rat und Tat zur Seite zu stehen. Dabei stehen folgende Fragen im Vordergrund:

- Wie kann man einen Wirtschaftsausschuss gründen und stärken?
- Mit welcher Strategie kann der Betriebsrat mit dem Arbeitgeber gleiche Augenhöhe erreichen?
- Was kann man dem Personalabbau und der Leistungsverdichtung entgegensetzen?
- Wie können Beschäftigte ein betriebliches Verbesserungsmanagement nutzen?
- Welche Erkenntnisse bietet die Altersstrukturanalyse, um den demografischen Wandel zu bewältigen?
- Wie kann man Energie und Material sparen statt immer nur den Beschäftigten in die Tasche zu greifen?

„Wenn es uns gelingt, die Betriebsräte bei diesen Problemen so zu beraten, dass sie gegenüber dem Arbeitgeber erfolgreich agieren, wollen wir dies für die Beschäftigten erlebbarer machen“, sagt Helmut Hennecke, Projektleiter der „Offensive Handwerk“.

Die IG Metall will als zuständige Gewerkschaft in den Betrieben präsenter werden. Dafür sollen Plakate sorgen (siehe rechts), aber auch spezielle Angebote für Zielgruppen wie Automobilverkäufer/-innen (siehe Seite 5) und Jugendliche (Seite 4).

Die IG Metall Leipzig ist noch einen Schritt weitergegangen: Mit Plakaten in der Innenstadt hat sie die Kompetenzen ihrer „Handwerker“ sichtbar gemacht und darauf hingewiesen: „Handwerk schafft Wert“.



FACEBOOK BIETET MEHR

Alles, was die „Offensive Handwerk“ zu bieten hat, gibt's bei Facebook. Und noch mehr: aktuelle Tarifabschlüsse und betriebliche Nachrichten wie Aktionen und Warnstreiks. Einfach viele nützliche Informationen für Kolleginnen und Kollegen des Handwerks. ■



ZUR TARIFRUNDE 2015 IM KFZ-HANDWERK



» Bei Daimler sprudeln die Gewinne. Da ist es selbstverständlich, dass die Beschäftigten ihren Teil davon abbekommen. Es geht um unser Geld! «

Jennifer Geib, Saarland



» Man müsste sich das nur mal vorstellen, wie es in den Betrieben ohne Tarifvertrag zugehe. Wir hätten ein paar Gewinner und ganz viele Verlierer. «

Günther Beichtmann, Hessen



» Die Branche hat gute Umsätze gemacht. Davon müssen die Beschäftigten profitieren und mehr Geld bekommen. «

Ben Blumrodt, Rheinhessen



» Wir werden uns auch dafür einsetzen, dass jeder Beschäftigte mehr Lohn erhält. Von allein kommt mein Arbeitgeber nämlich nicht auf die Idee. «

Volker Helmbold, Thüringen



» Ohne Tarifvertrag würde es bei uns aussehen wie in jeder beliebigen Kfz-Bude: lange Arbeitszeiten, wenig Entgelt, kein Urlaubs- und Weihnachtsgeld. «

Andreas Wietzel, Hessen



» Uns macht das Alter der Belegschaft zu schaffen. Die Jungen brauchen eine Perspektive und die Älteren Entlastung. «

Oliver Hofmann, Rheinhessen



**DAIMLER-NIEDERLASSUNG
HANNOVER**

**Neue Auszubildende
sind alle Metaller**

Betriebsrat, die Jugend- und Auszubildendenvertretung (JAV) sowie die IG Metall Hannover begrüßten die neuen Auszubildenden der Daimler-Niederlassung Hannover/Braunschweig mit offenen Armen bei einer Veranstaltung im Bildungshaus Zeppelein in Goslar. Die „Neuen“ bekamen hautnah mit, warum es sich lohnt, gewerkschaftlich aktiv zu werden.

Bei der zweitägigen Veranstaltung gab es für die neuen Auszubildenden der Daimler-Niederlassung ein dickes Infopaket. Die Betriebsräte berichteten über ihre Rechte und Pflichten und wie sie darauf achten, dass Gesetze und Tarifverträge eingehalten werden. Die JAV informierte, wie sie an Probleme herangeht, wo Knackpunkte im täglichen Fight für gute Ausbildungsbedingungen liegen und warum es ihnen gefällt, sich für ihre jungen Kollegen/-innen in den Betrieben stark zu machen.

Die Auszubildenden hatten aber auch viel Raum, ihre eigenen Fragen zu stellen, zu erzählen, wie sie sich ihren „Traumarbeitsplatz“ vorstellen und dann an den Ideen in Teams weiter zu „basteln“. „Die Veranstaltung war ein Erfolg. Alle ‚Neuen‘ sind in die IG Metall eingetreten. Schon vor Beginn ihrer Ausbildung wurden sie mit einem Brief vom Betriebsrat eingeladen“, berichtet die Hannoveraner Gewerkschaftssekretärin Sophie Bartholdy. ■

HAMBURG: „OFFENES OHR“ BEI DEN PERSONALCHEFS

Ausbildung mitgestalten

Die Jugend- und Auszubildendenvertretungen (JAV) von BMW und Audi sowie EvoBus in Hamburg dürfen in Ausbildungsfragen bei den Personalchefs ein Wörtchen mitreden. Dafür fit gemacht haben sie sich auf einer Klausurtagung der IG Metall.



Die Vertreter/-innen der JAVen bei BMW, Audi und EvoBus in Hamburg können bei den Personalverantwortlichen jetzt mitreden, wie die Ausbildung verbessert werden kann. Das haben sie gemeinsam mit ihren Betriebsräten erreicht. Bei Audi kann die JAV nun auch die Versetzungspläne und die Aufgaben für die Ausbildung kontrollieren. Wie sie ihre Themen am besten im Ausbildungsbetrieb vertreten, dafür hatte sie der Projektsekretär der IG Metall Hamburg, Armin

Zander, in einer Klausurtagung und in den JAV-Sitzungen fit gemacht. So gestärkt, gründeten 20 junge Leute in der Verwaltungsstelle die AG Handwerk, in der sich Aktive und Auszubildende auch aus anderen Branchen austauschen. Armin Zander: „Wir waren schon in der Vergangenheit bemüht, junge Leute zu gewinnen, die die gemeinsamen tariflichen Interessen unterstützen. 2014 konnten wir sogar in Betrieben, in denen es vorher keine JAV gab, Wahlen durchführen.“

ERSTMALS TRAFEN SICH JAV'IS DER VGRD

Ein Seminar mit Folgen

20 Jugend- und Auszubildendenvertreter/-innen (JAV) aus 18 Autohäusern der VGRD trafen sich erstmals zu einem Seminar. Fazit: Sie haben es in ihren Betrieben mit ähnlichen Problemen zu tun, wollen sich vernetzen und streben eine Konzern-JAV an.

Es wurde ein Seminar mit Folgen, das an vier Tagen im Januar in Wernigerode stattfand.

Die 20 jungen Leute sind schnell auf einen gemeinsamen Nenner gekommen: „In Eigenregie bildeten sie eine WhatsApp- und Facebook-Gruppe, um sich schnellstmöglich zu vernetzen“, berichtet Projektsekretär Jürgen Pluschke. Außerdem streben die JAVis ein neues Gremium an: eine Konzern-JAV. Dann könnten sie gemeinsam und geschlossener auftreten.

Christian Tiedemann, Vorsitzender des Konzernbetriebsrats, und sein Stellvertreter Jürgen Henning besuchten die Gruppe. Sie beantworteten Fragen und berichteten von ihrer Arbeit.

Am letzten Seminartag wurde mit Yasin Alav von der MAHAG München der erste Sprecher der VGRD-JAVen gewählt und mit Tobias Kirchner vom Betrieb Audi Leipzig der zweite Sprecher. ■



BETRIEBSRAT BEI CÖSTER NUTZT „OFFENSIVE HANDWERK“

Arbeitsplätze sichern

Der Betriebsrat im Autohaus Cöster in Kassel nutzt die „Offensive Handwerk“, um Arbeitsplätze zu sichern. Wo der Betrieb sich besser aufstellen muss, dazu hat er sich Mitte Januar auf der Betriebsversammlung geäußert. Bei den Beschäftigten waren immer mehr Sorgenfalten zu sehen, nachdem die damalige Fiat Group 2010 ihr Ersatzteilvertriebs-system umstrukturierte. Zuvor spielte Cöster eine große Rolle und verdiente da noch richtig Geld.

Erste Alarmzeichen wurden vom Firmeninhaber leider überhört oder nicht beachtet – zu Lasten der Beschäftigten, deren Arbeitsplätze 2011 kräftig zu wackeln begannen. Besonders im Ersatzteillager wurden dann Arbeitsplätze abgebaut. Hier und in anderen Abteilungen sind auch Stellen von Kollegen/-innen, die in Rente gingen, nicht neu besetzt worden.

Ein Standortsicherungstarifvertrag, der für die Beschäftigten Abstriche beim Weihnachts- und Urlaubsgeld 2013/2014 festlegte, sollte Schlimmeres verhindern. Weil der Betriebsrat dieses Thema wiederholt vorbrachte, konnte die Geschäftsführung bewegt werden, über die verfahrenere Situation und über Perspektiven nachzudenken.

Know-how von Q & A aus Oberhausen

„Wir haben dabei vom Know-how des gewerkschaftsnahen Beratungsunternehmens Q & A aus Oberhausen profitiert, das uns die ‚Offensive Handwerk‘ des IG Metall Vorstands vermittelt hat“, sagt der stellvertretende Betriebsratsvorsitzende Uwe Hohmann. In einem internen Strategie-Workshop nahmen die Arbeitnehmervertreter/-innen die Stärken und Schwächen des Autohauses unter die Lupe. „Uns war

von vornherein wichtig, unsere Kollegen zu beteiligen und zu befragen, wie das auch die ‚Offensive‘ empfiehlt“, berichtet der Metaller. Das war für den Betriebsrat ein Volltreffer: 83 Prozent der Belegschaft beteiligten sich.

Die Ergebnisse der Belegschaftsbefragung deckten sich mit denen des Strategie-Workshops:

- Bei Investitionen in Arbeitsmittel und Maschinen sowie Arbeitsbedingungen gibt es Nachholbedarf.
- Die Arbeitsprozesse sollen optimiert, die gesamte Effizienz gesteigert werden.
- Notwendig ist, die Personalplanung zu verbessern und die Beschäftigten weiter zu qualifizieren.
- Die Motivation der Kollegen/-innen ist zu erhöhen – zum Beispiel durch mehr Wertschätzung und indem sie besser informiert und beteiligt werden.

Zunächst informierte der Betriebsrat die Geschäftsführung, dann die Beschäftigten auf der Betriebsversammlung Mitte Januar 2015. „Der Arbeitgeber hat nun ein offenes Ohr für die Ideen der Beschäftigten. So haben wir bessere Chancen für gute und sichere Arbeit“, bilanziert IG Metall-Sekretär Wolfgang Otto.



AUF DEN PUNKT



IG METALL MANNHEIM BEFRAGT AUTOMOBILVERKÄUFER/-INNEN

Probleme mit Provisionen

Angeregt durch die Offensive Handwerk hat die IG Metall Mannheim einen Workshop veranstaltet, in dem sich die Verkäufer/-innen vor allem über ihre Arbeitszeiten, zu niedriges Entgelt und fehlende Wertschätzung beklagt hatten. (Siehe Kfz-Handwerk Nr. 22, Seite 4: IG Metall macht sich für Automobilverkäufer stark)

Fragen, wie beispielsweise das Fixum geregelt oder die Arbeitszeit vereinbart ist, das Garantie-Entgelt eingehalten oder die Provision gehandhabt wird, sind beantwortet worden. An der Umfrage haben sich beteiligt: BMW Niederlassung, Mercedes Niederlassung, MAN, Porsche Zentrum und Volkswagen Automobile. Dort sind 187 Automobilverkäufer/-innen beschäftigt. Die IG Metall konnte die Angaben der Beschäftigten wie folgt zusammenfassen:

- Alle Betriebe verrechnen die Provisionen mit schlechten Monaten.
- Die Provisionen sind sehr unterschiedlich geregelt.
- Das Fixum liegt zwischen 460 Euro bis 1 000 Euro.
- In einem von fünf Betrieben ist das Fixum tarifyndynamisch, steigt also prozentual bei einer Tarifierhöhung.
- In vier von fünf Betrieben wird das Garantie-Entgelt gemäß Kfz-Handwerk eingehalten.
- Die Arbeitszeiten liegen zwischen 40 bis 60 Stunden in der Woche.
- In drei von fünf Betrieben existieren Tätigkeitsbeschreibungen.

Die Umfrageergebnisse liefern der IG Metall Mannheim genauere Hinweise, wo sie tarif- und betriebspolitisch sowie individualrechtlich anpacken muss. Gewerkschaftssekretär Thomas Hahl: „Wir regen jetzt die Diskussion in der Tariff Kommission an, damit wir die Themen passgenau abstimmen. Und wir bleiben dicht an den Betrieben dran, die sich noch nicht beteiligt haben.“ ■



EMIL-FREY-GRUPPE UND OPEL-DELLO EXPANDIEREN

Das große Schlucken

Die Emil-Frey-Gruppe und Opel-Dello machen es wieder einmal vor: Wer seine Mitbewerber schluckt, verstärkt sich auf dem Automobilmarkt. Kleinere Unternehmen werden immer mehr verdrängt.

Die Schweizer Emil-Frey-Gruppe mit 3 000 Beschäftigten in Deutschland und 75 Standorten hat alle Kath-Autohäuser und im selben Atemzug deren Serviceverträge für Volkswagen, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Skoda und Seat übernommen. Die vom Verkauf betroffenen 700 Mitarbeiter/-innen des Familienunternehmens Kath sowie alle Auszubildenden sollen weiterbeschäftigt werden. Durch den Zukauf hat sich das Unternehmen in Deutschland weiter wirtschaftlich etabliert.

Auch Opel-Dello ist auf Expansionskurs. Das Unternehmen hat zu seinen 32 Betrieben alle 20 Niederlassungen des Braunschweiger Opelhändlers Dürkop in Niedersachsen, Hessen, Berlin und Brandenburg erworben. Und damit seinen Marktanteil annähernd verdoppelt. Jetzt kamen noch die fünf Standorte des Lübecker Autohauses Hansa Nord (BMW, Mini, Landrover und Jaguar) hinzu. Weil der deutsche Markt aber kaum wachse, will Dello noch größer werden – immer wenn es sich wirtschaftlich lohne.

Dieser Konzentrationsprozess treibt kleinere Autohäuser weiter in die Enge. Fusionen sind eine Chance. Mögliche Gefahren für Arbeitsplätze auf Grund von Synergieeffekten sind mit einem starken Betriebsrat besser abwehrbar. ■

MERCEDES BENZ VERTRIEBSGESELLSCHAFT BLEIBT STUR

Warnstreiks im Osten

Mitte Februar fanden an sieben ostdeutschen Standorten der Mercedes Benz Vertriebsgesellschaft (MBVG) Warnstreiks statt, zu denen die IG Metall aufgerufen hatte. Die Beschäftigten verlangen verbindliche Zusagen für die Arbeitsplatz- und Standortsicherheit. Die Arbeitgeber verweigerten ein Tarifangebot.



Die Vertriebstochter der Daimler AG ist ein profitabler Bereich. Dennoch will der Konzernvorstand die ostdeutschen Standorte verkaufen. Da die Metaller den vagen Versprechen des Arbeitgebers nicht trauen, wollen sie ihre Zukunft tariflich absichern. „Wir erwarten jetzt schnell belastbare Vertragsgrundlagen. Mit jeder weiteren Verzögerung verspielt Mercedes seine Glaubwürdigkeit bei den eigenen Mitarbeitern und schädigt das eigene Image“, sagt Verhandlungsführer Olivier Höbel, IG Metall-Bezirksleiter für Berlin, Brandenburg und Sachsen.

Die rund 1 700 Beschäftigten aller Mercedes-Betriebe in Rostock, Schwerin, Magdeburg, Berlin, Dresden und Leipzig sowie die des bereits verkauften Autohauses Russ & Janot in Erfurt verlangen, ihre Arbeitsbedingungen und Standorte jetzt unverzüglich tarifvertraglich zu sichern. Über ein vorgelegtes Alternativkonzept für alle ostdeutschen Standorte müsse mit der

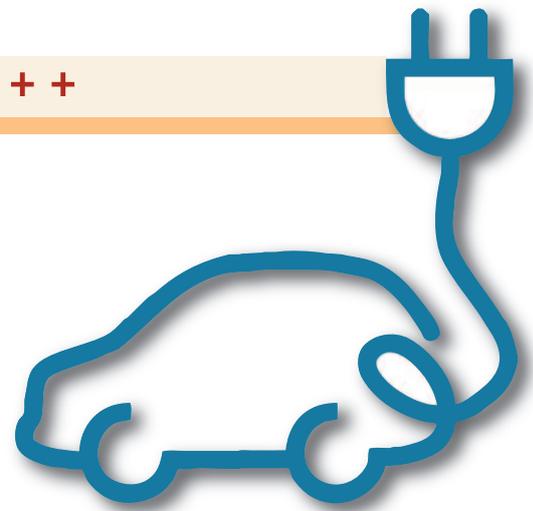
IG Metall und den Betriebsräten verhandelt werden.

Unverzichtbar ist für die Beschäftigten und die IG Metall

- der Erhalt der Standorte,
- ein Schutz vor Kündigung und Versetzung,
- der Fortbestand der Tarifbindung, der betrieblichen Altersvorsorge und aller Betriebsvereinbarungen sowie
- ein pauschaler Nachteilsausgleich.

Beschäftigtenumfrage bestätigt Unruhe

Die Stimmung der Beschäftigten ist in letzter Zeit deutlich schlechter geworden. Das ergab eine Umfrage. Knapp 90 Prozent befürchten nach einem Verkauf schlechtere Arbeitsbedingungen. Fast die Hälfte macht sich Sorgen um den Arbeitsplatz. Zwei von drei Beschäftigten meinen, Daimler werde mit dem vollständigen Rückzug des eigenen Vertriebs in Ostdeutschland sein Image schädigen.



**STUDIE ZUR E-MOBILITÄT:
WENIGER PERSONAL UND UMSÄTZE IN KFZ-WERKSTÄTTEN**

Vorbeugen ist besser

Die E-Mobilität ist nicht mehr zu stoppen. Für die Kfz-Branche heißt das laut einer Studie weniger Personal und Umsätze. Damit sie den Trend nicht verpassen, müssen sich Betriebe schon heute vorbereiten und neue Geschäftsfelder besetzen.

Hybrid- und Elektrofahrzeuge werden sich weiter durchsetzen. Die Belegschaften in den Kfz-Betrieben können den Trend aktiv mitgestalten, wenn sie die neuen Technologien rechtzeitig lernen. Das ist das Ergebnis einer Studie der Fachhochschule Esslingen und der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt in

Nürtingen-Geislingen. Bis 2025 werden zwischen 2,9 und 7,7 Prozent weniger Beschäftigte erwartet. In dieser Größenordnung könnte auch der Umsatz schrumpfen. Weil der Verschleiß an Fahrzeugen um rund ein Drittel abnimmt, werden die Werkstätten noch weniger ausgelastet sein.

Heute können klassische Mechatroniker/-innen an E-Fahrzeugen wenig ausrichten. Dazu braucht es Fortbildungen. Teure und andere Werkzeuge und Ausrüstungen müssen angeschafft werden. Deshalb rät die Studie auch, neue Einnahmequellen zu definieren, beispielsweise die Wartung und Pflege von Car-Sharing-Systemen. ■

AUF DEN PUNKT

**BUNDESREGIERUNG FÜR MEISTERBRIEF
Meister bleibt Meister. Basta!**

Die Meisterpflicht in Deutschland bleibt. Sie garantiere die Qualität im Handwerk, stärke den Mittelstand und sei eine wichtige Säule der dualen Ausbildung, so die Bundesregierung. Mit einem Branchendialog will sie das Handwerk weiter unterstützen.

Laut Bundesregierung bleibt die Meisterpflicht in Deutschland bestehen. Der Meisterbrief gelte als Gütestempel für kleine und mittelständische Unternehmen im Handwerk. Er sichere das hohe Niveau beispielsweise beim Service und bei den Dienstleistungen in den Betrieben. Auch für die duale Ausbildung sei er unerlässlich, nicht zuletzt, um mehr Fachkräfte heranzuziehen und zu qualifizieren.

In einem vom Ministerium für Wirtschaft und Energie angekündigten Branchendialog werde man zudem gemeinsam mit Vertretern/-innen des Handwerks über die Zukunft beraten. Brüssel hat ganz andere Pläne. Dort prüft man derzeit, wie der Meisterbrief als Zugangsbezeichnung für Berufe ausgehebelt werden kann.

Aber Meister fallen nun mal nicht vom Himmel. Und der Meisterbrief bietet eine Chance für den beruflichen Aufstieg. ■

**AUTOScout24 SUCHT INVESTOREN
FÜR WERKSTATTPORTAL
Geiz ist geil? Nein Danke!**

Das Werkstattportal AutoScout24 schwächelt. Nun werden Investoren gesucht. Autowerkstätten sind eben „kein Feld für Goldgräber und Schnäppchen-Anbieter“, so Harry Brambach, Präsident des Kfz-Gewerbes in Baden-Württemberg zur Misere der Plattform.

Das angeschlagene Werkstattportal von AutoScout24 ist gehörig ins Minus geraten. Das Konzept, mit Dumpingpreisen schnelles Geld zu machen, geht nicht auf. Aktuell sind zwar 3 400 Werkstätten bei AutoScout24 registriert. Aber wenig Autobesitzer nutzen deren Service. Sie gehen lieber zum Kfz-Betrieb ihres Vertrauens anstatt sich auf Billig-Angebote im Internet zu verlassen. Der Betreiber sucht nun nach Investoren.

„Werkstattportale, bei denen nur der Preis im Fokus steht, können niemals mit Innungsbetrieben mithalten“, sagt Harry Brambach zum finanziellen Reinfluss des Anbieters. Auch der Zentralverband Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe ZDK ist überzeugt, dass sich auf Kunden/-innen, die allein nach dem billigsten Angebot suchen, beim Service kein tragfähiges Geschäftskonzept gründen lässt. Für die IG Metall gilt auch hier: Besser statt billiger. ■

**GEBRAUCHTWAGENHANDEL
VERSTÄRKT ONLINE-MARKETING
Aktiver im Netz**

Gebrauchtwagenhändler betreiben immer mehr Online-Marketing. Viele tummeln sich auf den Portalen von Autobörsen. Freie Händler sind aktiver als der Markenhandel, der wiederum die sozialen Netzwerke intensiver nutzt.

Gebrauchtwagenhändler verlagern ihre Marketing-Budgets immer mehr hin zu Online-Aktivitäten. Das ergab eine repräsentative Studie der puls Marktforschung GmbH im Auftrag der Onlinebörse AutoScout24. Gaben die Betriebe 2013 noch 25,9 Prozent dieser Gelder für ihre Internet-Präsenz aus, waren es 2014 bereits 36,9 Prozent. Der freie Handel nutzt das Internet stärker als der Markenhandel. Er gab die Hälfte des Budgets für seine Online-Werbung aus, bei markengebundenen Händlern war es nur ein Viertel.

Markenhändler sind aber besser in den sozialen Netzwerken vertreten, beispielsweise bei Facebook oder Xing. Genutzt werden die Plattformen nicht nur, um Kunden/-innen zu gewinnen und Services anzubieten, sondern auch, um Personal zu finden. Gut drei Viertel der befragten Händler in der Studie gaben an, auf den Autobörsen präsent zu sein. Standard ist für die Händler inzwischen eine Webseite. ■

Tarifverträge sind gut, weil sie...



... den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern im Kfz-Handwerk – damit auch ihren Familien – die Existenzgrundlage sichern. Wer arbeitet, soll davon auch vernünftig leben können.

... ein angemessenes Entgelt für die erbrachte Leistung gewährleisten und vor maßloser Ausbeutung schützen.

... mehr bieten als jedes Gesetz: zum Beispiel die 36-Stunden-Woche, 30 Urlaubstage, Sonderurlaub, zusätzliches Weihnachts- und Urlaubsgeld sowie Zuschläge und Zulagen.

... den Beschäftigten ersparen, das Entgelt und die gesamten Arbeitsbedingungen mit ihrem Chef im Autohaus oder in der Werkstatt allein aushandeln zu müssen und gegeneinander ausgespielt zu werden. Sie müssen sich nicht um jeden Preis unterbieten und selbst Konkurrenz machen.

... den Arbeitgebern ermöglichen, langfristig zu planen: Sie müssen sich nicht an jedem Tag neu mit ihren Beschäftigten über Einkommen, Arbeitszeiten, Pausen usw. „rumschlagen“. Und sie wissen: Auch die Betriebe, die mit ihnen im Wettbewerb stehen, halten sich an die gleichen Regeln. Das ist die Basis für faire Konkurrenz.

Gute Tarifverträge gibt es nur, wenn...

... so viele Beschäftigte eines Kfz-Betriebs wie möglich in der IG Metall organisiert sind.

... im Autohaus und der Werkstatt ein starker Betriebsrat aktiv ist und Druck machen kann, damit der Arbeitgeber einen Tarifvertrag abschließt oder anerkennt.

... die Belegschaften bereit sind, sich im Konflikt mit starrköpfigen Arbeitgebern zu engagieren und ihnen zu zeigen, wo der Hammer hängt.

... Beschäftigte stolz genug sind und darauf pochen, in Würde zu arbeiten und fair entlohnt zu werden.

SERVICE

WERBEMATERIAL FÜR DIE „OFFENSIVE HANDWERK“

Kugelschreiber, Aufkleber und zahlreiche andere Give-aways gibt es, um Mitglieder für die IG Metall zu gewinnen. Dazu natürlich auch einen Flyer für das Kfz-Handwerk und für die Auszubildenden in dieser Branche. Für konkrete Aktionen gibt es Werbematerial auch kostenlos.

➤ **Bestelladresse:** handwerk@igmetall.de



... Aufgeschnappt

» Ignorieren können wir das Internet nicht mehr. Also müssen wir überlegen, wo wir besser sein können. «

Jörg O. Richter, Obermeister der Kfz-Innung Frankfurt (Oder)

IMPRESSUM

Kfz-Handwerk – eine Beilage der metallzeitung
Herausgeber: IG Metall Vorstand – Detlef Wetzels, Jörg Hofmann, Jürgen Kerner
Wilhelm-Leuschner-Straße 79, 60329 Frankfurt/Main
Redaktion: Helmut Hennecke, **Text und Gestaltung:** Agentur WAHLE & WOLF, Berlin,
Druck: apm, 64295 Darmstadt, **Produkt-Nr.:** 11-53444