

Drei Erfolgsgeschichten



Über Erfolge schreibt man leichter. Sascha Kristin Fuths Forschungsarbeit über „strategische Kommunikation von Gewerkschaften“ an den Beispielen der Kampagnen „Samstags gehört Vati mir“, „35-Stunden-Woche“ und „Mindestlohn“ beschäftigt sich mit drei erfolgreichen gewerkschaftlichen Kampagnen.

Die Studie, als Dissertation entstanden an der Universität Kassel am Politologie-Lehrstuhl von Wolfgang Schroeder, hat die

Qualität eines Standardwerks, an dem auf lange Zeit keine Auseinandersetzung mit Gewerkschaftskommunikation vorbeikommen wird. Der Analysehorizont wird weit gespannt. Auf rund 100 Seiten beschreibt Futh „Strukturveränderungen gewerkschaftlicher Interessensvertretung“, den Forschungsstand der „Verbandskommunikation“ und die „Entwicklung der gewerkschaftlichen Kommunikationsarbeit“.

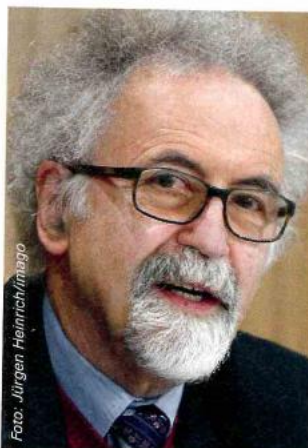
Die drei Kampagnen werden dann nach einem Muster aufbereitet, das die wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Rahmenbedingungen ebenso berücksichtigt wie die strategische Führung, die Funktionalität des Apparats und die operative Umsetzung. Ein Zwischenfazit hält jeweils Erfolgsfaktoren und Hemmschwellen fest. Für die Mindestlohn-Kampagne etwa wird erläutert, dass es nach einem langwierigen und schwierigen Prozess zwischen 2002 und 2007 gelungen sei, Einigkeit unter den DGB-Mitgliedsgewerkschaften herzustellen; der Kampagne habe jedoch ein emotionales Symbol gefehlt, das – wie das Sonnen-Logo der Kampagne „35-Stunden-Woche“ – zur Identifikation eingeladen hätte.

„Die historische Betrachtung zeigt zwar einerseits, dass ein Kampagnen-Boom bei den Gewerkschaften ab den 1990er Jahren festzustellen ist, andererseits wurden Kampagnen schon immer genutzt, um fehlende Machtressourcen auszugleichen“, resümiert Futh. Entscheidend sei, „strategisch Ziele und deren Umsetzung zu planen sowie die Zielerreichung lange vorzubereiten“. Die Mindestlohn-Kampagne, die „nicht nur auf Großaktionen ausgerichtet, sondern auch regional und im Internet verankert“ war, habe gezeigt, dass die DGB-Gewerkschaften auch unter den Bedingungen des globalen und digitalen Kapitalismus nicht nur Gegenwehr, sondern auch politische Offensiven können. Das habe sich positiv auf die Stabilität der Organisation und die Mitgliederentwicklung ausgewirkt.

Von Hans-Jürgen Arlt, Berlin

Sascha Kristin Futh: **Strategische Kommunikation von Gewerkschaften.** Kampagnen Samstags gehört Vati mir, 35-Stunden-Woche und Mindestlohn. Heidelberg, Springer VS 2018. 388 Seiten, 49,99 Euro, E-Book 39,99 Euro

DREI FRAGEN AN WOLFGANG DÄUBLER



Der Professor für Arbeitsrecht hat zusammen mit Reinhard Alff drei Betriebsrats-Comics herausgebracht – zuletzt „Klar wie Kloßbrühe“.

In Ihren Comics aus dem Bund-Verlag präsentieren Sie Betriebsratswissen mit Humor. Was reizt Sie an dem Format und an der Zusammenarbeit mit dem Zeichner Reinhard Alff?

Wer schmunzelt oder lachen muss, lernt leichter. Und man kann Geschichten erzählen mit lebendigen Personen, was ein wissenschaftlicher Text niemals zustande bringt.

Wie müssen wir uns die Arbeitsteilung zwischen Ihnen und Herrn Alff vorstellen?

Die Rohfassung der Geschichten stammt von mir. Sie sind alle wirklich passiert und meiner Beratungspraxis entnommen. Da und dort setzt Reinhard Alff einen besonderen Akzent. Und von ihm stammen die Figuren mit ihren Charakteristika. Er hat das künstlerische Einfühlungsvermögen, um die Geschichten mit Leben zu erfüllen. Wenn man die Zeichnungen aufmerksam anschaut, kann man viele kleine Andeutungen entdecken, die zum Nachdenken anregen.

Wie bringt man Betriebsräte zum Schmunzeln? Es ist ja wahrscheinlich nicht immer der feine britische Humor, der da gepflegt wird.

Betriebsräte haben sicherlich einen sehr unterschiedlichen Sinn für Humor. Aber es geht nicht nur darum, Menschen zum Lachen zu bringen. Die Charaktere auf Arbeitnehmerseite sind ein Stück weit Vorbild – aber nicht nur mit Stärken, sondern auch mit Schwächen. Hubert, der Betriebsratsvorsitzende, hat keinen Heiligenschein. Eine von fünf Geschichten in jedem Band geht immer schief.

Die Fragen stellte Kay Meiners.