

Kfz-Handwerk

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

TITEL

SEITEN 1-3

Radikaler Wandel des Kfz-Handwerks dauert an

MERCEDES BENZ

SEITE 2

Niederlassungen : Beschäftigte wehren sich

OFFENSIVE HANDWERK

SEITE 4

Leipziger Metaller für „Arbeit in Würde“

„OFFENSIVE HANDWERK“

Weiter nach vorne bringen

Betriebsräte von fünf Autohäusern haben auf der 19. Bundeshandwerkskonferenz im November 2014 in Frankfurt/Main dargestellt, wie sie im Rahmen der „Offensive Handwerk“ von der Unternehmensberatung Q & A Banner • Küster bei betriebs-, personal- und energiewirtschaftlichen Fragen unterstützt worden sind. „Unsere Betriebsräte bei NOA sind selbstbewusster geworden, die Geschäftsleitung begegnet ihnen mit mehr Respekt“, berichtete Jens Karp, Gewerkschaftssekretär in Rendsburg.

Jörg Hofmann, 2. Vorsitzender der IG Metall, hofft „dass sich weitere Betriebsräte beraten lassen. Wir möchten sie damit befähigen, gegenüber dem Arbeitgeber zu agieren statt zu reagieren.“ Diese „proaktive Betriebspolitik“ stünde im Mittelpunkt der „Offensive Handwerk“, die zusammen mit anderen Aktivitäten 2015 weiter nach vorne gebracht werden solle.

Zu Beginn seines Referats appellierte Jörg Hofmann an die „Handwerker“, noch intensiver das große Mitgliederpotenzial zu erschließen. Die mitgliederstärkste Branche, das Kfz-Gewerbe, könne mit einem höheren Organisationsgrad die Tarifrunde 2015 besser meistern. ■



BESCHÄFTIGTE ZWISCHEN GEGENWEHR UND ZUKUNFTSKONZEPTEN

Nichts bleibt, wie es war

BMW, Mercedes, Peugeot und Citroën – in diesen Autohäusern bleibt nichts, wie es war. Und es sind nur aktuelle Beispiele für den rasanten Strukturwandel des Kfz-Handwerks. Die Beschäftigten würden am liebsten mal einen Moment durchatmen. Aber dafür bleibt keine Zeit. Sie müssen „ihre Haut retten“ – wie bei Daimler in Ostdeutschland – und über zukunftsfähige Perspektiven nachdenken. Den Chefs der Autohäuser können die Arbeitnehmer allein nicht vertrauen. Sie sind zu schwach, um sich gegen die Übermacht der Hersteller zu behaupten. Und der Weitblick ist auch nicht ihre Stärke: Verschlafen sie doch gerade zusätzliche Gefahren, die der Internethandel mit sich bringt.



Weil die Autohersteller unsere Händlerspaune verschlauken, müssen wir neue Vertriebswege ausprobieren.



Helmut Hennecke,
Team Handwerk beim IG Metall Vorstand

»Mehr Mitglieder stärkeres Rückgrat«

Mehrere Turbolader treiben den Strukturwandel im Kfz-Handwerk gnadenlos voran. Reihenweise schließen Autohäuser. Gab es im Jahr 2000 immerhin rund 18 000 Unternehmen, werden für 2025 nur noch etwas mehr als 4 000 vorausgesagt. Auch das Servicegeschäft schrumpft.

Niederlassungen werden von Konzernen – wie Daimler und Peugeot Citroën – abgestoßen, Standorte werden zusammengelegt oder platt gemacht. Das alles betrifft Tausende Beschäftigte.

Nur starke Betriebsräte können das Schlimmste für die Kolleginnen und Kollegen verhindern. Und stark sind sie vor allem dann, wenn eine engagierte Belegschaft ihnen Rückhalt bietet.

Mehr Mitglieder zu gewinnen, liegt im ureigenen Interesse der Betriebsräte. Nur so erreichen sie die notwendige Augenhöhe, um mit dem Arbeitgeber zu verhandeln – oder mit einem neuen Investor. Ganz zu schweigen von dem Rückgrat, das nötig ist, um gegenüber Herstellerwerken und Importeuren bestehen zu können. Betriebsräte, die erfolgreich sein wollen, brauchen eine starke Mitgliederbasis in der Firma.

Die Interessen der Beschäftigten – zum Beispiel Alternativen zu Kahlschlagplänen der Arbeitgeber – lassen sich nur durchsetzen, wenn die „Mannschaft“ steht. ■

MERCEDES BENZ VERTRIEBSGESELLSCHAFT VERUNSICHERT BESCHÄFTIGTE

Verkauf kommt wie „Kai aus der Kiste“

IG Metall, Betriebsräte und Sachverständige erarbeiten eine wirtschaftliche Alternative für die Neuorganisation von Mercedes-Niederlassungen in Ostdeutschland. Dann werden sie von der Mercedes Benz Vertriebsgesellschaft (MBVG) zurückgepfiffen. Diese gibt unerwartet den Verkauf aller Vertriebe in Ostdeutschland bekannt.

Einen Tag bevor die IG Metall und die Betriebsräte ihr alternatives Konzept zur Neuausrichtung der Niederlassungen von Mercedes in Berlin präsentieren wollten, erteilten ihnen die Daimler-Chefs einen Platzverweis. Dafür gab die MBVG bekannt, dass sie alle Vertriebe im Osten der Republik veräußern wird. Das betrifft nicht, wie ursprünglich geplant, allein die Standorte in Rostock, Schwerin, Magdeburg und Erfurt, sondern auch die in Berlin, Dresden und Leipzig.

Verkauf wird gängige Praxis Niederlassungen mit Verkäufen rentabler machen zu wollen und bisherige Tätigkeiten für Margenziele auszulagern, ist bei den Autobauern inzwischen gängige Praxis. Auch Konkurrenten wie BMW und Peugeot-Citroën haben ihre konzerneigenen Vertriebe verschlankt oder sind dabei. Für die Mercedes-Beschäftigten in Magdeburg sagt Betriebsratsvorsitzender Roland Zörner: „Absatzrekorde im Fahrzeugverkauf verdanken die Chefs ihren Belegschaften auch in Ostdeutschland. Wir sagen, wenn Verkauf, dann Sicherheit für unsere Jobs.“

Einen potenziellen Käufer, sogar für das Gesamtpaket-Ost, scheint es zu geben. Wer das ist, da schweigt das Management aber dezent. Die

überraschende Verkaufsabsicht trifft mehr als 1 600 Beschäftigte in den sechs Niederlassungen. Sie sind verunsichert und befürchten, bei einer externen Übernahme schlechtere Konditionen oder ihren Arbeitsplatz ganz zu verlieren.

Betriebsräte steigen in den Ring Dass die MBVG aus Gründen der Rentabilität Niederlassungen in regionale Verbünde zusammengefasst, war zu erwarten. Für den Westen hat die IG Metall ein Eckpunktepapier auf den Weg gebracht, das die Beschäftigten absichern soll. Die Verhandlungen mit der Daimler AG laufen. Ein Tarifvertrag wurde schon in Aussicht gestellt.

Für den Osten gibt es jedoch keinerlei Absprachen, geschweige denn Zusagen, was die Zukunft der Arbeitnehmer dort angeht. Deswegen sind die IG Metall-Betriebsräte mit ihren Kolleginnen und Kollegen fest entschlossen, für ihre Zukunft in den Ring zu steigen. Sie wollen, dass die Betroffenen tariflich solide abgesichert werden.

Joachim Fichtner (Foto rechts), Projektsekretär der IG Metall in Berlin: „Auch bei einem Verkauf sind nur gut organisierte Belegschaften in der Lage, ihre Arbeitsbedingungen und -plätze tariflich abzusichern.“ ■





PROF. DR. STEFAN BRATZEL ZUM VERHÄLTNISS DER AUTOINDUSTRIE ZU DEN HÄNDLERN

Faktische Dominanz

Prof. Dr. Stefan Bratzel unterrichtet an der Fachhochschule der Wirtschaft in Bergisch Gladbach und leitet das Center of Automotive. Er meint, im Vertrieb bestimmen die Hersteller im wachsenden Maße die „Spielregeln“. Die faktische Dominanz über die Händler bleibt.

Werden die Autohäuser immer abhängiger von den Herstellern?

Es gibt eine klare Asymmetrie der Macht. Der starke Player ist der Hersteller, der die „Spielregeln“ im Vertrieb im wachsenden Maße bestimmt. Die Gruppenfreistellungsverordnung (GVO) sollte den Händlern eigentlich größere Spielräume verschaffen. Aber die faktische Dominanz der Automobilindustrie ist geblieben.

Liegt das volle Risiko beim Handel?

Es gibt schon eine wechselseitige Abhängigkeit. Die Hersteller brauchen motivierte Händler, die die Autos verkaufen.

Aber reicht die Marge aus dem Neuwagen-geschäft, um zu überleben?

Zumindest ist die Marge bei einigen Fabrikaten sehr knapp kalkuliert. Die Hersteller gehen davon aus, dass der Autohändler im Service- und Gebrauchtwagen-geschäft seine Rendite macht und hier einen Ausgleich erreicht. Sie betrachten das wirtschaftliche Gesamtbild.

Das Servicegeschäft schrumpft doch?

Nicht nur in Deutschland erleben wir im Vertriebs- und Servicegeschäft einen Paradigmenwechsel. Qualitativ bessere Autos haben eine längere Lebensdauer. Sie sind weniger reparaturanfällig und werden von ihren Besitzern länger genutzt. Die Kontakte der Autofahrer zum Autohaus werden immer seltener.

Wo bleibt die Perspektive für die Autohändler?

Es wird schwieriger, weil sich auch neue Vertriebswege öffnen. Der Autohandel steht vor einem Quantensprung. E-Commerce und Internet bekommen einen höheren Stellenwert. Erst recht, wenn die Internet-Generation Autos kauft. Die Welt wird sich hier in den nächsten zehn bis 15 Jahren gewaltig verändern. Und die Zeiten des großen Wachstums sind seit Ende der 90er Jahre vorbei. Im Neuwagen- und Servicegeschäft herrscht auch künftig eher Stagnation. ■

AUF DEN PUNKT

IG METALL UND BETRIEBSRÄTE OHNE INFORMATIONEN

BMW mauert beim Umbau Ost

Das BMW-Management verweigert der IG Metall und Betriebsräten Informationen, wie die Niederlassungen im Osten Deutschlands umstrukturiert werden sollen.

Effizienter und profitabler soll der konzerneigene Handel von BMW in Deutschland werden. Umstrukturierung heißt das ersonnene Rezept. Die 40 Niederlassungen werden in sechs Verbände zusammengefasst. Den Anfang machten im Oktober die Standorte Nürnberg und München. Sie bilden den Verbund Süd.

Berlin, Chemnitz, Dresden und Leipzig sollen nun in den Verbund Ost zusammengeführt werden, allerdings ohne dass es dafür aus Sicht der IG Metall und der Betriebsräte einen für die Beschäftigten sichere Perspektive gibt. Arbeitsplätze drohen wegzufallen. Die Stellen von Leih- und Zeitarbeitnehmer/-innen dürften für aufgehübschte Margenziele sicher zuerst wegrationalisiert werden. Auch Versetzungen an andere Arbeitsorte sind vorprogrammiert.

Seit Monaten suchen die Metaller den Dialog mit der Konzernleitung, um zu beraten, wie Beschäftigung langfristig gesichert werden kann. Doch die hält systematisch mit Informationen hinterm Berg – mauert also. Selbst auf schriftliche Fragen gibt es keinerlei Reaktion. ■

PEUGEOT UND CITROËN

Weniger Niederlassungen

Es geht rasant weiter mit dem Verkauf von Niederlassungen bei Peugeot und Citroën. Hatte die Auto Domicil Gruppe erst die beiden Standorte Bremen und Nürnberg übernommen, sollen jetzt auch noch Saarbrücken und Völklingen folgen. Ziel der Verhandlungen sei es, so heißt es vom PSA-Konzern, für die beiden alteingesessenen Dependancen starke Partner zu finden. Und es gehe nicht zuletzt darum, die Arbeitsplätze vor Ort langfristig zu sichern und auch neue Marktpotenziale zu erschließen. Die Auto Domicil Gruppe hat an ihren momentan sieben Standorten 120 Beschäftigte. ■

„OFFENSIVE HANDWERK“ IN LEIPZIG

Aktion für „Arbeit in Würde“ auf dem Wilhelm-Leuschner-Platz

Unter dem Motto „Handwerk schafft Wert“ zeigte die IG Metall Leipzig mit Betriebsräten verschiedener Autohäuser Mitte Oktober auf dem Wilhelm-Leuschner-Platz, wie viel Qualität und Know-how in der Branche stecken. „Deshalb sind wir davon überzeugt: Wer arbeitet, muss davon gut leben können“, sagt der Leipziger Handwerkssekretär Steffen Reißig. Die IG Metall, die Betriebsräte und die Beschäftigten in den Autohäusern engagierten sich für faire Arbeit.

Wochenlang machten Plakate an den Masten der Laternen in den „Autohausstraßen“ auf die Aktion aufmerksam. Auf dem Wilhelm-Leuschner-

Platz konnten Erwachsene an einem „Autoquiz“ und Kinder an einem Malwettbewerb (siehe Foto) teilnehmen. Begehrte bei den kleinen Besuchern – ob im Buggy oder auf dem Fahrrad – waren die Luftballons mit der angehängten Karte „Arbeit in Würde. Sonst gehen wir in die Luft“. Auch so gelangte die Botschaft der IG Metall in die gesamte Leipziger Innenstadt.

„Die guten Werte, die das Handwerk schafft, kann es nicht zum Nulltarif geben. Wir wollen das Image dieser Branche und der dort beschäftigten Menschen stärken“, so Bernd Kruppa, 1. Bevollmächtigter der IG Metall Leipzig. ■



IG METALL MACHT SICH FÜR AUTOMOBILVERKÄUFER STARK

Tiefere Verständnis von schwieriger Situation

Die IG Metall Verwaltungsstelle Mannheim untersucht mit Hilfe der Automobilverkäufer/-innen und der Betriebsräte vor Ort die Arbeitssituation in den Kfz-Betrieben. Vielfältige Probleme zeichnen sich ab.

Es gibt deutliche Probleme bei den Autoverkäufer/-innen in den Mannheimer Kfz-Betrieben. Das ist das Ergebnis eines von der IG Metall initiierten Workshops Mitte September 2014. „Arbeitszeit, Entgelt und Wertschätzung entsprechen bei weitem nicht den Bedürfnissen der Arbeitnehmer/-innen.“

Um die Situation genauer analysieren zu können und daraus Handlungsvorschläge zu erarbeiten, hat die IG Metall Fragebögen an die Automobilverkäufer/-innen verteilt. Beantwortet werden diese mit Unterstützung der Betriebsräte, die dadurch auch ein tieferes Verständnis für die schwierige Situation der Kollegen/-innen bekommen“, sagt Thomas Hahl, Gewerkschaftssekretär der IG Metall Mannheim.

Die Auswertung der Fragebögen ist in einem weiteren Workshop Ende November 2014 vorgestellt worden. Dringende Verbesserungen werden vor allem zu individualrechtlichen, betriebs- und tarifpolitischen Fragen erwartet. Dafür wird sich die IG Metall Mannheim zusammen mit ihren Betriebsräten stark machen. „Automobilverkäufer sind keine freischaffenden Künstler, sondern Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mit gesetzlich verankerten Rechten. Für diese Rechte stehen wir ein“, sagt Thomas Hahl. ■



AUDI SCHULT ÄLTERE MITARBEITER

Fit für Hochvolttechnik

Audi qualifiziert ältere Beschäftigte, damit sie die Arbeit an Elektrofahrzeugen beherrschen. Auch Mitarbeiter aus Autohäusern können davon profitieren. Für Ältere soll das ein passgenauer Einstieg in die Zukunftstechnologie sein. Sie können dabei auch mit ihrem fundierten Wissen neue Ideen für die Mobilität von morgen beisteuern. Die Bayerische Staatsregierung unterstützt das Fortbildungsprojekt.

Erstmals hatten sich bei Audi vor drei Jahren 25 Nachwuchskräfte sowohl zum Kfz-Mechatroniker als auch zu „geprüften Elektrofachkräften Fahrzeugtechnik IHK“ qualifiziert. ■

IMPRESSUM

Kfz-Handwerk – eine Beilage der metallzeitung
Herausgeber: IG Metall Vorstand – Detlef Wetzel, Jörg Hofmann, Jürgen Kerner, Wilhelm-Leuschner-Straße 79, 60329 Frankfurt/Main
Redaktion: Helmut Hennecke
Text und Gestaltung: Agentur WAHLE & WOLF, 10789 Berlin
Druck: apm, 64295 Darmstadt
Produkt-Nr.: 11-45996

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

»Wenn wir die Mitbestimmung bei Volkswagen nicht hätten, müssten wir sie erfinden. Sie hat sich als Stabilitätsanker erwiesen.«

Prof. Dr. Martin Winterkorn, Vorstandsvorsitzender der VW AG