

„Menschen handeln“



Kampagne „Menschen handeln“

1. Hintergrund

- 1.1. Der Abbauprozess des Sozialstaates, die ständigen Kürzungen bei den Beschäftigten durch den Staat und die Arbeitgeber in den Betrieben, die steigende Massenarbeitslosigkeit, die zunehmende Prekarisierung der Arbeitsverhältnisse und die permanenten Drohungen der Arbeitgeber in den Betrieben mit weiteren Arbeitsplatzabbau haben ArbeitnehmerInnen nicht nur schwer verunsichert sondern sie in ihrem Selbstvertrauen erschüttert und damit zunehmende Handlungsunfähigkeit erzeugt. Bereits in der zurückliegenden Tarifrunden haben wir dies zu spüren bekommen und nur durch eine aktionsorientierte Tarifrunde dieser Tendenz begegnen können.

Deshalb ist es für jede weitere politische, tarifliche wie betriebliche Aktion unumgänglich den Menschen im Betrieb ihr Selbstvertrauen zu stärken.

- 1.2. Gleichzeitig erfahren wir im Handel Achtung und Respekt von Menschen außerhalb des Handels zu den durchgeführten Aktionen und Kämpfen wie dieses Jahr für den Ladenschluss, der Arbeitszeitkampagne, der Tarifrunde oder in den betrieblichen Kämpfen um neue Betriebsräte in sogenannten weißen Flecken. Die Multiplikatoren (ehren- und hauptamtliche Kolleginnen und Kollegen) bekommen aber vielfach von dieser Wertschätzung ihres politischen, tariflichen und betrieblichen Handels wenig vermittelt.
- 1.3. Sehr widersprüchlich ist darüber hinaus die gesellschaftliche Bedeutung des Handels und die Rahmenbedingungen unter denen die Menschen im Handel arbeiten. Der Wirtschaftszweig Handel ist verantwortlich für die tagtägliche Verteilung der Waren und Güter in unserem Land. Damit leisten die Beschäftigten eine elementare gesellschaftliche Funktion. Mit der Diskussion um „Dienen und Dienstleistung“ wird diese Bedeutung verschleiert. Den Menschen im Handel ist auch vielfach ihre wesentliche Funktion die sie tagtäglich unter schwierigsten Bedingungen leisten ebenfalls nicht bewusst. Während die Arbeitgeber diese Funktion in ihrer Lobbyarbeit täglich reklamieren und damit Vorhaben zur Umverteilung und Stärkung ihrer Interessen nutzen.

2. Ziele

- 2.1. Dieses Handeln, einerseits in den Tarifrunden und im Betrieb für bessere Arbeits- und Lebensbedingungen und andererseits im Beruf durch Handeln für die Menschen im Land sollte den Multiplikatoren und Beschäftigten stärker ins Bewusstsein gerückt werden mit dem Ziel ihr Selbstbewusstsein wieder zu stärken.

Gemäß der alt bekannten Fragen: Wer schafft die Waren ran und wer kämpft für eine nachhaltige zu lebenswerte Zukunft?!

- 2.2. Mit einer solchen Kampagne soll aber auch das Problembewusstsein für die betriebliche Situation geschärft werden, mit dem Ziel eine Motivation zur Veränderung zu erzeugen.

- 2.3. Sie soll damit als Dachkampagne für unsere Aktivitäten in der Arbeitszeitfrage, im Gesundheitsbereich, bei der Bekämpfung der prekären Beschäftigung, der Tarifbindung und der Sicherheit der Arbeit fungieren.

3. Vorgehen

- 3.1. Da wir die Erfahrung gemacht haben, da wir Mobilisierung und Selbstbewusstsein nicht nur über rationale Argumente und Fakten sondern auch über den Bauch der Menschen erreichen, wollen wir nicht nur über Argumentation durch Texte sondern durch Eindrücke über Bilder diese Kampagne begleiten.
- 3.2. Dieser Bilder zu einem Drittel von unseren Aktionen im Handel, zu zwei Drittel von dem Handeln im Betrieb unterstützt mit kurzer und klarer Argumentation soll diese Emotionen zu mehr Selbstbewusstsein erzeugen.
- 3.3. Dieser Bilder sollen in einer virtuellen Bilderausstellung in den Betriebsversammlungen stattfinden (Powerpointpräsentation). Es soll auch eine feste Wanderausstellung für Ausstellungsmöglichkeiten in den Bezirken geben.
- 3.4. Träger der Kampagne wird eine Publikation (Bildband) mit kurzen Untertitel aber auch erklärenden Texten zu den Kämpfen, der Arbeit und den Rahmenbedingungen im Handel sein. Die Bilder sollen die zentralen Themen, alle Teilbranchen und die Tätigkeiten im Handel widerspiegeln.
- 3.5. Einzelne Bilder sollen für die weiteren Aktivitäten als Identifizierungsmittel dienen.

4. Konkrete Maßnahmen

Auftaktveranstaltung mit Bilderausstellung für den Landesbezirk.

Eingeladen werden die Funktionäre aus dem Handel, Politiker mit dem Schwerpunkt Handel, Frauen und Gleichstellungspolitik, Familien.

Im Anschluss eine Pressekonferenz.

Diese Veranstaltungen sollen auch in den Bezirken mit regionalen Pressekonferenzen stattfinden.

Folgende Bereiche sollen aufgezeigt werden:

Teilbranchen:

- ❖ Lebensmitteleinzelhandel
- ❖ Versandhandel
- ❖ Facheinzelhandel
- ❖ SB Verbrauchermärkte/ SB-Warenhäuser
- ❖ Discountbereich
- ❖ Kauf- und Warenhäuser
- ❖ Fuhrpark



Kampagne „Menschen handeln“

- ❖ Lagerbereich
- ❖ Lebensmittelgroßhandel
- ❖ Pharmagroßhandel
- ❖ Buchhandel
- ❖ Drogeriebereich
- ❖ Call-Center

Tätigkeiten:

- ❖ Stehen
- ❖ Heben und Tragen
- ❖ Kassensarbeitsplatz
- ❖ PC-Arbeitsplatz
- ❖ Kommissionieren
- ❖ Bedienungstheke
- ❖ Fahrer
- ❖ Beratungstätigkeit mit vielen Kunden
- ❖ Gabelstaplerfahrer
- ❖ Warenverräumung
- ❖ Metzgerei
- ❖ Ausbildung im Handel

Politische Handlungsfelder:

- ❖ Arbeitszeitgestaltung
- ❖ Gesundheit im Betrieb
- ❖ Prekäre Beschäftigung
- ❖ Sicherheit des Arbeitsplatzes
- ❖ Tarifschutzkampagne