

Twitter statt Trillerpfeife

Als sich die Wirtschaft im letzten Jahrzehnt mit nie gekannter Geschwindigkeit weiter globalisierte, erwischte dies viele Gewerkschaften auf dem falschen Fuß: Während die einen glaubten, die Globalisierung ließe sich stoppen, erweckten andere den Eindruck, dieser Trend ginge sie nichts an. Inzwischen haben die Gewerkschaften eine bessere Strategie entwickelt und antworten mit einer zunehmenden Internationalisierung ihrer Aktivitäten. Von diesem neuen globalen Ansatz sind bislang vor allem große multinationale Unternehmen betroffen, aber auch Finanzinvestoren, die ein substanzielles internationales Portfolio verwalten. Es dürfte jedoch nur eine Frage der Zeit sein, bis sich auch andere international tätige Unternehmen auf diese Strategie einstellen müssen.



Die neue globale Strategie der Gewerkschaften setzt an unterschiedlichen Stellen an: Zum einen streben die internationalen Gewerkschaftsdachverbände systematisch den Abschluss so genannter globaler Rahmenabkommen an, in denen sich ein multinationales Unternehmen etwa dazu bekennt, weltweit faire und gerechte Arbeitsbedingungen zu schaffen, Arbeitsschutzbestimmungen einzuhalten, den sozialen Dialog zu fördern, die Rechte der Gewerkschaften zu respektieren, auskömmliche Löhne zu zahlen und auf Diskriminierung zu verzichten. Oftmals verweist das globale Rahmenabkommen auch auf die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, die Empfehlungen für verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln im globalen Kontext enthalten. Allein der Gewerkschaftsdachverband UNI global union hat derzeit nach eigenen Angaben 43 globale Rahmenabkommen abgeschlossen, von denen weltweit 10 Millionen Arbeitnehmer erfasst werden.

Globale Rahmenabkommen sind keine Tarifverträge, rechtlich nicht bindend und sehen in der Regel nur schwach ausgeprägte Streitbeilegungsmechanismen vor. Gleichwohl sind Unternehmen, die ein globales Rahmenabkommen unterzeichnet haben, gut beraten, sich auch daran zu halten. Denn zur neuen globalen Strategie der Gewerkschaften gehören auch neue Durchsetzungsinstrumente: Verbraucher interessieren sich zunehmend dafür, ob Waren fair hergestellt werden. Ist dies nicht der Fall und wird es bekannt, drohen Unternehmen erhebliche Reputationsschäden. Also liegt nichts näher, als tatsächliche oder vermeintliche Verstöße gegen faire Arbeitsbedingungen publik zu machen: Die internationalen Gewerkschaftsdachverbände sind dadurch in der Lage, aus einem lokalen Streit über Löhne in Bangladesch oder Vietnam ein weltweit beachtetes Thema zu machen. Auf YouTube kann sich jedermann ansehen, dass bekannte Markenprodukte angeblich zu „Hungerlöhnen“ hergestellt werden, auch über soziale Netzwerke verbreiten sich diese Nachrichten rasant und beeinflussen die Verbraucher. Trillerpfeife war gestern – heute wird getwittert.

Rechtsanwalt Dr. Boris Dzida, Freshfields Bruckhaus Deringer, Hamburg