

Claus Zanker

Gewerkschaften und Internet: Das Projekt E-Union

Das Internet im Alltagsgebrauch bei Unternehmen und privaten Anwendern

Die Nutzung des Internets ist in Unternehmen, Verwaltungen, bei politischen Organisationen und Verbänden sowie im privaten Bereich Bestandteil des Alltags geworden. Für die Unternehmen spielt der elektronische Geschäftsverkehr (»E-Business«) nach einer aktuellen Erhebung des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung eine zunehmend wichtige Rolle. Mehr als drei Viertel der Unternehmen nutzten 2007 das Web für die Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen (»E-Procurement«), für 54% ist es ein wichtiger Verkaufskanal (»E-Commerce«), 61% der Unternehmen nutzen das Internet für Werbung und Marketing (»E-Marketing«) und erreichen damit neue Kunden (ZEW 2007: 1). Die Unternehmen, aber auch die Kunden, profitieren vom E-Business insbesondere in Form reduzierter Organisations-, Beschaffungs-, Vertriebs- und Lagerkosten sowie durch kürzere Lieferzeiten, Produktivitäts- und Umsatzsteigerungen (BMW 2006: 7). Aber auch in der öffentlichen Verwaltung leistet das Internet durch die Bereitstellung von elektronischen Informationen und Dienstleistungen (»E-Government«) einen bedeutenden Beitrag für innovative, leistungsfähige und effiziente Behörden. »Die meisten öffentlichen Verwaltungen sind mit PC-Arbeitsplätzen ausgestattet, sind per E-Mail erreichbar und bieten Bürgerinnen und Bürgern sowie Unternehmen relevante Informationen im Internet an oder ermöglichen im Idealfall die Durchführung von Verwaltungsabläufen vollständig online.« (BMI 2006: 4)

Bei der beruflichen Tätigkeit oder in der Ausbildung gehört in vielen Bereichen die Nutzung des Internets seit geraumer Zeit zum Geschäftsalltag. Nach Angaben des Statistischen Bundes-

amts nutzen im Jahr 2006 knapp die Hälfte aller Beschäftigten bei ihrer beruflichen Tätigkeit einen PC mit Internetzugang. Dabei variiert die Nutzung von Informations- und Kommunikationsmedien im beruflichen Alltag deutlich zwischen den einzelnen Branchen. In technologiebasierten Wirtschaftszweigen wie der Datenverarbeitung, bei Forschung und Entwicklung sowie im Kredit- und Versicherungsgewerbe arbeiten nahezu alle Beschäftigten mit Computertechnik, im Bau- und Gastgewerbe nutzt nur jeder dritte Beschäftigte Informations- und Kommunikations-Technologien (IuK) am Arbeitsplatz (Statistisches Bundesamt 2008: 43).

Im privaten Bereich hat sich der Anteil der Internetnutzer über 14 Jahre in Deutschland binnen weniger Jahre verdoppelt und lag im Jahr 2007 bei rund 63%. Berufstätige sowie junge Menschen unter 30 Jahren zählen mit einem Onliner-Anteil von 77 bzw. 93% zu den Gruppen mit den höchsten Nutzungsraten. Dabei sind nicht nur immer mehr Menschen im Netz, gleichzeitig wird das Internet immer routinierter als Informations- und Kommunikationsmedium in den Alltag eingebunden. Mit einer durchschnittlichen Nutzungsdauer und -häufigkeit von zwei Stunden pro Tag an fünf Tagen pro Woche verdrängt das Web als multimediale Plattform zunehmend die klassischen Massenmedien TV, Rundfunk und Zeitungen. »Insbesondere informationsorientierte Nutzer beschaffen sich mehr und mehr die sie interessierenden Artikel aus dem Netz und sehen es als Vorteil, über das Web nicht mehr auf nur eine Quelle angewiesen zu sein.« (van Eimeren/Frees 2007: 376)

Die Internetnutzung bei Gewerkschaften

Angesichts der weitgehenden Vernetzung und Automatisierung von Geschäfts- und Verwaltungsprozessen sowie der Einbindung des Internets in den Alltag vieler Menschen stellt sich für Non-Profit-Organisationen im Allgemeinen und für Gewerkschaften im Besonderen die Frage nach der Übertragbarkeit internetbasierter Aktivitäten (»E-Activity«) für ihre Aufgaben und Ziele. Wäh-

rend mit E-Business-Anwendungen in Unternehmen primär die Effektivierung und Beschleunigung von Geschäftsprozessen sowie Kostenreduzierungen verfolgt werden, können E-Activities bei Mitgliederorganisationen wie Gewerkschaften darüber hinaus zu einer Verbesserung der Kommunikations- und Kooperationsbeziehungen organisationsintern zwischen Mitgliedern und Gewerkschaft (»Member-to-Union«) sowie zwischen einzelnen Mitgliedern (»Member-to-Member«) oder aber über die Organisationsgrenzen hinaus, zwischen Gewerkschaft und Öffentlichkeit, beitragen. Bereits vor mehr als zehn Jahren hat der Gewerkschaftsaktivist Eric Lee die besonderen Chancen der Nutzung von Internet und elektronischer Kommunikationsmedien für die (internationale) Gewerkschaftsarbeit hervorgehoben (Lee 1997). Während die britischen Wissenschaftler Stephen Ward und Wainer Lusoli die Befürchtung äußerten, Gewerkschaften könnten als »Dinosaurier im Cyberspace« im Internet-Zeitalter der Vergangenheit angehören (Ward/Lusoli 2002), ist für den amerikanischen Soziologen und Gewerkschaftsforscher Arthur B. Shostak eine die Chancen des Internets umfassend nutzende »Cyberunion« die beste Gewähr, um Popularität und Einfluss der Gewerkschaften auch in Zukunft zu sichern (Shostak 1999).

Betrachtet man den heutigen Stand der gewerkschaftlichen Internetsnutzung, so haben sich sowohl die pessimistischen Befürchtungen als auch die optimistischen Heilserwartungen bislang nicht erfüllt. In den letzten Jahren haben sich wichtige und mittlerweile konventionelle Nutzungsformen elektronischer Kommunikation wie Websites und E-Mails auch im gewerkschaftlichen und zivilgesellschaftlichen Spektrum etabliert. Die Frage für die Entwicklung hin zur E-Union ist daher vor allem, wie Gewerkschaften die nächste Stufe einer verstärkt interaktiven Nutzung des Internets erreichen und »ob es gelingen wird, das Internet als strategisches Instrument zur Stärkung, Modernisierung und Demokratisierung der Gewerkschaftsbewegung zu gebrauchen« (Sommer/Schröder 2003: 92).

Die Potenziale des Internets für die Gewerkschaften

Die bereits vollzogene Integration der Internetnutzung in den beruflichen und privaten Alltag und der Umstand, dass »es alle machen«, könnte für die Gewerkschaften Anlass genug sein, ihren Mitgliedern in den »Cyberspace« zu folgen, in der »Blogosphäre« präsent zu sein oder neue Mitglieder in virtuellen Gemeinschaften zu suchen. Ein wichtigerer Grund für einen umfassenden Gebrauch des Internets durch Gewerkschaften dürfte allerdings der damit verbundene Nutzen sein, den das Web als interaktive, multimediale, universell zugängliche Informations- und Kommunikationsplattform in vielen Bereichen gewerkschaftlicher Aufgaben und Funktionen bietet. Diamond/Freemann (2002) zufolge eröffnet das Internet den Gewerkschaften insbesondere Chancen

- zur Verbesserung und Individualisierung ihrer Dienstleistungen für die Mitglieder (»Customized-Services«-Hypothese);
- zur Rekrutierung von Mitgliedern und zur Schaffung virtueller Gewerkschaftsstrukturen (»Cyber-Organizing«-Hypothese);
- zur Erweiterung demokratischer Beteiligungsmöglichkeiten (»Cyber-Democracy«-Hypothese);
- zur Erhöhung ihrer Konfliktfähigkeit (»Cyber-Dispute«-Hypothese) und
- zur Stärkung internationaler gewerkschaftlicher Kooperation (»New-Internationalism«-Hypothese).

Bezogen auf die jeweiligen gewerkschaftlichen Aufgabenfelder können Gewerkschaften von einer verstärkten Nutzung vor allem in folgenden Bereichen profitieren:

Mitgliederservice und Informationsangebote

Ähnlich wie Unternehmen können sich Gewerkschaften das Internet zur Verbesserung ihrer »Geschäftsprozesse«, zur Optimierung ihrer »Produkte« sowie zur Erweiterung der Reichweite ihres Angebots nutzen und damit ihre Arbeit effektiver und (kosten-)effizienter gestalten. Dies wird umso wichtiger, als rückläufige finanzielle und personelle Ressourcen Gewerkschaften zu-

nehmend zwingen, sich auf ihre »Kernaufgaben« zu besinnen und neue Anforderungen bei der Rekrutierung und der Betreuung einer zunehmend heterogenen Mitgliederbasis kaum auf herkömmlichem Wege zu bewältigen sind. Ein steigender Anteil von Mitgliedern und gewerkschaftlichen Zielgruppen sind über betriebliche Organisationsstrukturen nicht zu erreichen; entweder weil sie aufgrund ihres Status als mobile Beschäftigte, Telearbeiter, selbständige Mitarbeiter, Arbeitslose oder Rentner keine oder eine nur eingeschränkte örtliche Bindung an einen Betrieb haben, oder weil Betriebsräte und betriebliche Gewerkschaftsstrukturen als Informations- und Kommunikationskanal in »mitbestimmungsfreien« Betrieben und Branchen nicht zur Verfügung stehen. Mit Hilfe des Internets kann die Reichweite gewerkschaftlicher Informationen und Angebote auch auf solche Beschäftigten- und Mitgliedergruppen erweitert werden. Mitglieder und an gewerkschaftlichen Informationen interessierte Arbeitnehmer profitieren zudem von der zeitlich unbeschränkten Verfügbarkeit der via Internet angebotenen Informationen und schätzen die Möglichkeiten, selbst gezielt nach Informationen zu bestimmten Themen suchen zu können und auch außerhalb herkömmlicher Bürozeiten in Kontakt zu Gewerkschaften zu treten. Daneben können über das Internet auch qualitativ höherwertige Angebote bereitgestellt werden, wie z.B. ein individuell zugeschnittenes Informationsangebot durch die Personalisierung von Websites (»myUnion«), die Einrichtung von Bereichen mit exklusiven Informationen für Mitglieder (»Mitgliedernetz«) oder die Erweiterung der Medienvielfalt durch Audio- und Video-Beiträge (»Podcast«/»Videocast«).

Externe Kommunikation und Politikvermittlung

Gewerkschaften sind als politische Mitgliederorganisationen in besonderer Weise vor kommunikative Herausforderungen gestellt. Einerseits sind sie gefordert, durch die interne Kommunikation mit ihren Mitgliedern und Funktionsträgern die politische Willensbildung zu organisieren, andererseits müssen sie nicht nur die eigenen Mitglieder, sondern zudem die Arbeitnehmerinnen und Ar-

beitnehmer sowie die Öffentlichkeit von ihrer Politik überzeugen. »In einer Arbeitswelt, in der es nicht mehr selbstverständlich ist, mit kollektiver Interessenidentität, -artikulation und -vertretung konfrontiert zu sein, muss und kann nur durch massenkommunikative Instrumente das Anliegen und die Leistungsfähigkeit der Gewerkschaften vermittelt werden« (Weßels 2003: 335). Wie bei der partei- und regierungsbezogenen politischen Kommunikation spielen bei der externen Politikvermittlung von Gewerkschaften die elektronischen Medien eine zunehmend herausgehobene Rolle. »Traditionelle Pfade der Vermittlung über die Printmedien, die schriftliche Ansprache durch Flugblätter, Briefe u.a. und die interpersonale Kommunikation mittels Informationsveranstaltungen und -ständen nehmen weithin nur noch flankierende Funktionen wahr« (ebd.: 324). Dabei ist das Internet in besonderem Maße geeignet, die bisherigen Beschränkungen in der massenmedialen Kommunikation der Gewerkschaften zu überwinden. Dies betrifft zum einen die bislang auf Printmedien fokussierte und überwiegend nach innen gerichtete Kommunikation der Gewerkschaften, die aufgrund unzureichender Aktualität und Reichweite nur sehr eingeschränkt mediale Aufmerksamkeit erfährt. »Mit dem Internet bietet sich die Möglichkeit, die Mitglieder so zu erreichen, dass Informationen der traditionellen elektronischen Massenmedien weder schneller sein, noch unkommentiert bleiben müssen« (ebd.: 337). Zum zweiten reduziert das Internet als universelles Kommunikationsmedium die Abhängigkeit von klassischen Massenmedien und bietet eine äußerst effektive Plattform für die Verbreitung eigener Ton- und Bildbeiträge für die interne und externe Kommunikation, wie am Beispiel des ver.di Streik-TV (»Die Sendung zur Arbeit« – www.streik.tv) zu sehen ist. »Die Gewerkschaften können somit ein elektronisches Massenmedium als selbst zu verantwortendes Medium nutzen, das schnell ist und zugleich exklusive Deutungen vermittelt, viele und bald alle erreicht und damit für die Binnen- wie auch für die Außenkommunikation zunehmend an Bedeutung gewinnt« (ebd.: 337).

Politische Funktionen und Aufgaben

Neben der Effektivierung ihres Informationsangebots und der Verbesserung der gewerkschaftlichen Außenkommunikation kann das Internet einen relevanten Beitrag zur Stärkung der politischen Funktionen von Gewerkschaften leisten. Zu diesen Funktionen gehören die Rekrutierung und Bindung von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern als Mitglieder, die Aggregation und Integration ihrer Interessen sowie die Interessendurchsetzung (vgl. Pernicka/Blaschke/Aust 2007; Straßner 2006). Bei der Wahrnehmung dieser drei erwähnten gewerkschaftlichen Funktionen spielen Kommunikation und Partizipation eine herausgehobene Rolle, die durch die vielfältigen Möglichkeiten des Internets unterstützt und erweitert werden können.

Vor allem wenn es um die *Gewinnung neuer Mitglieder* unter hochqualifizierten Angestellten oder jüngeren Arbeitnehmern geht, spielen nicht nur spezifische Dienstleistungen der Gewerkschaft als Beitrittsmotivation eine besondere Rolle. Für diese selbstbewussten und individualisierten Zielgruppen sind besondere Beteiligungsangebote und die Möglichkeit, aktiv an der Willensbildung mitzuwirken, ein mindestens ebenso hoher Beitrittsanreiz (Frerichs/Pohl 2004: 77). Vor allem für diese Klientel können »Informations- und Kommunikations-Medien ... den Gewerkschaften auch eine Chance bieten, hierarchische Organisationsroutinen aufzugeben und eine neue, der Internetgeneration entgegenkommende, demokratischere Kommunikationsweise zu entwickeln« (Fichter/Gester/Zeuner 2004: 148). Dabei müssen auch temporäre, projektbezogene Beteiligungsangebote in Betracht gezogen werden, die dazu geeignet sind, bislang nur schwer erreichbare Beschäftigtengruppen an die Gewerkschaften zu binden, auch wenn zunächst kein formaler Organisationsbeitritt erfolgt. Solche offenen Partizipationsformate, »die sich sowohl der Straffheit als auch der Dauerhaftigkeit der tradierten kollektiven Beteiligungsformen verweigern« (Mückenberger 1994: 54; zitiert nach: Frerichs/Pohl 2004: 45), sind nicht nur in den meisten zivilgesellschaftlichen Initiativen Usus, sondern entsprechen auch den vorherrschenden

Beteiligungsmustern des Social Web. »Während es den Dinosauriern des politischen Systems immer schwerer fällt, dauerhaft für personellen Nachschub zu sorgen, so stürmen beteiligungswillige Bürger die offenen Diskussionsforen virtueller Parteizentralen und politischer Online-Medien sowie andere kommunikative Orte im Datenraum.« (Bieber o.J.)

Doch nicht nur als Strategie zur Rekrutierung und Mobilisierung neuer Mitgliedergruppen ist ein umfassendes Kommunikations- und Partizipationsangebot erfolversprechend. Auch bei der *gewerkschaftlichen Willensbildung und der Interessenaggregation* ist es das Mittel der Wahl. »Je weniger naturwüchsig Gemeinsamkeit sich als Ausfluss identischer Interessenlagen, als Frucht geschlossener Milieus herausbildet, desto wichtiger wird Kommunikationsarbeit, die in einem Prozess des Informations- und Meinungs austauschs, des kritischen Disputs mit Argumenten und Positionen aufgeklärte Gemeinsamkeiten produziert« (Arlt 1994: 286). Allerdings muss bei erweiterten Beteiligungsmodellen darauf geachtet werden, dass diese zielgerichtet ablaufen und als Ergebnis des Kommunikationsprozesses eine Aggregation teilweise divergierender Mitgliederinteressen auf einen gemeinsamen Nenner gelingt. »Kollektive Handlungsfähigkeit im Sinne einer erfolgreichen Durchsetzung von Arbeitnehmerinteressen setzt nämlich ein Mindestmaß an Vereinheitlichung der materiellen und ideologischen Interessen und Ziele voraus [Wiesenthal 1992]. Erst die Existenz eines in dieser Hinsicht tragfähigen Konsenses sichert die Folgebereitschaft der Basis, d.h. die Loyalität und Mobilisierungsbereitschaft der Beschäftigten, sowie die Legitimität der Entscheidungen.« (Pernicka/Blaschke/Aust 2007: 38) Der für eine Aggregation der Mitgliederinteressen erforderliche Willensbildungsprozess kann in einer »Mitmach-Gewerkschaft« durch die vielfältigen Möglichkeiten, die eine Reihe von Web-2.0-Applikationen bieten, effektiv und im Sinne der notwendigen Interessenvereinheitlichung zielgerichtet und ergebnisorientiert organisiert werden. Weblogs, Wikis, moderierte Diskussionsforen sowie elektronische Befragungs- und Abstimmungsprozesse schei-

nen prinzipiell geeignete Medien für einen solchen Prozess zu sein (vgl. Kuhn 2006). Zudem eröffnet die Vernetzung über Web-Communities die Chance für das Entstehen virtueller Solidargemeinschaften – in erster Linie für solche Mitglieder, die aufgrund nicht vorhandener gewerkschaftlicher Strukturen oder fehlender Betriebsbindung die für solidarisches Handeln erforderliche kollektive Identität nicht entwickeln können, oder aber auch für Mitglieder- und Berufsgruppen, deren Interessenlagen in der realen Gewerkschaftsorganisation nicht oder nur unzureichend abgebildet sind. »Dies kann die Debattenkultur in einer Gewerkschaft beleben, neue Bindungen begründen und vor allem auch solchen Gruppen zugute kommen, die aus welchen Gründen auch immer Schwierigkeiten haben, sich auf klassischen Wegen – durch Teilnahme an Versammlungen – in die Diskussionsprozesse einzubringen.« (Sommer/Schröder 2003: 96)

Nicht zuletzt bietet das Web unterschiedliche Möglichkeiten zur Unterstützung bei der kollektiven *Artikulation und Durchsetzung gewerkschaftlicher Interessen*. Politische Initiativen werden mittlerweile durch Internet-Kampagnen unterstützt oder sind von vornherein als Internet-Kampagnen konzipiert. Als Beispiele seien hier die DGB-Mindestlohnkampagne genannt (www.mindestlohn.de) oder die Leiharbeitskampagne der IG Metall (www.gleicharbeit-gleichesgeld.de). Bei klassischen Formen der gewerkschaftlichen Interessenvertretung oder der politischen Auseinandersetzung bei Tarifrunden spielen elektronische Medien beispielsweise in Form von Weblogs eine immer bedeutendere Rolle – zum einen als unterstützendes Medium, teilweise verlagern sich aber solche Auseinandersetzungen auch ganz ins Netz (vgl. dazu den Beitrag von *Klaus-Jürgen Drick* in diesem Buch). Ebenso im internationalen Kontext gewerkschaftlicher Interessenvertretung kann die politische Schlagkraft der Gewerkschaften durch die Internetnutzung erhöht und die grenzüberschreitende Zusammenarbeit der Arbeitnehmer deutlich effizienter und effektiver gestaltet werden. Herkömmliche »Face-to-Face«-Formen internationaler gewerkschaftlicher Kommunikation und Kooperation können durch

neue, netzbasierte Varianten elektronischer Zusammenarbeit ergänzt werden, die gemeinsames Arbeiten »anytime, anyplace« – also auch asynchron und unter Überbrückung geografischer Distanzen und gegebenenfalls auch unter Überwindung sprachlicher Barrieren ermöglichen (Sommer/Schröder 2003: 98; vgl. dazu den Beitrag von *Michael Schwemmler* in diesem Buch).

Hindernisse auf dem Weg zur E-Union

Auch wenn die Vorteile der Internetnutzung in vielen Bereichen gewerkschaftlicher Aufgaben auf der Hand liegen, werden die Gewerkschaften wohl nicht uneingeschränkt der Empfehlung des britischen Gewerkschafters und Internetpioniers Roger Darlington entsprechen, sich im Sinne von E-Organisationen neu zu definieren und das Internet in den Mittelpunkt ihrer Zielsetzung und ihrer Strategie zu stellen (Darlington 2001: 250). Wenngleich die Gewerkschaften in Deutschland bei der Nutzung des Webs schon ein gutes Stück vorangekommen sind, deutet manches darauf hin, dass auf dem Weg zur E-Union noch manche Hürden zu überwinden sein werden. Eine dieser Barrieren ist die immer noch vorhandene digitale Spaltung in unserer Gesellschaft. Trotz der fortschreitenden Verbreitung des Internets in den letzten Jahren hat ein relevanter Teil der (erwachsenen) Menschen in Deutschland – nämlich knapp 40% – bis dato keinen Zugang zum Netz. Besonders hoch ist der Anteil dieser »Offliner« bei Frauen (43,1%), bei Menschen mit Volksschulabschluss (55,7%), bei Nicht-Berufstätigen (68%) sowie bei den über 60-Jährigen (74,9%). Unter den Erwerbstätigen liegt der Anteil der Nicht-Nutzer bei 21,4% (Gerhards/Mendes 2007: 380). Somit wird auch in naher Zukunft ein zwar immer kleiner werdender, aber weiterhin relevanter Teil der Beschäftigten und Mitglieder von den gewerkschaftlichen Angeboten im Internet ausgeschlossen bleiben.

Zum weiteren sind die derzeitigen Internetnutzer noch wenig mit den Beteiligungsmöglichkeiten, die Web-Communities, Wi-

kis, Blogs usw. bieten, vertraut. Derzeit nutzen nur eine Minderheit – und hier vor allem die Gruppe der unter 30-Jährigen – die Mitmachangebote des Social Web. Nur 11% der Onliner sind zumindest gelegentliche Nutzer von Weblogs, lediglich 10-15% beteiligen sich an beruflichen oder privaten Internet-Communities (Gscheidle/Fisch 2007: 400). Die Zurückhaltung der Nutzer bei solchen Web-2.0-Angeboten ist nicht nur in der Neuartigkeit solcher Angebote begründet, sondern hat seine Ursache auch in Vorbehalten bezüglich der mit einer Beteiligung verbundenen Transparenz persönlicher Daten und Informationen. »Webangebote mitzugestalten heißt unter Umständen, eine eigene, umfangreiche Spur im Internet zu hinterlassen, sei es eine private Fotogalerie, Einträge oder Kommentare in Blogs oder Foren oder eigene Profile in Communities.« (ebd.: 402) Daher kann es nachvollzogen werden, wenn sich Mitglieder eher zurückhaltend an solchen gewerkschaftlichen Mitmachangeboten im Internet beteiligen, wenn die Gefahr besteht, dass damit auch Arbeitgeber und Kollegen über ihre politischen Meinungen und gewerkschaftlichen Aktivitäten Kenntnis erhalten würden.

Nicht zuletzt sieht sich die Entwicklung zur E-Union auch innerhalb der Gewerkschaften mit Vorbehalten und Hemmnissen konfrontiert, die einerseits die Kosten-Nutzen-Frage neuer Technologien und andererseits die organisationspolitischen Folgen erweiterter Partizipationsmöglichkeiten über das Internet betreffen. Vor der Einführung neuer Beteiligungsformen und -möglichkeiten müssen zuerst die internen politischen und organisatorischen Voraussetzungen geschaffen werden, damit eine wirkliche erweiterte Mitgliederpartizipation entstehen kann und diese nicht an organisationsinternen Widerständen scheitert. Sonst würde das Angebot zu »mehr Partizipation wagen« in sein Gegenteil verkehrt.

Das Projekt E-Union

Vor dem Hintergrund der vielversprechenden Möglichkeiten der Internetnutzung der Gewerkschaften, haben sich in den vergangenen Jahren die DGB-Gewerkschaften im Allgemeinen und ver.di im Besonderen intensiv mit den Chancen der Internetnutzung für Gewerkschaften beschäftigt.

Bereits im Jahr 2003 wurde von ver.di ein Projekt mit dem Titel »E-Union« initiiert, das im Zeitraum von November 2003 bis April 2008 vom Bundesministerium für Bildung und Forschung aus Mitteln der Förderlinie »Arbeit im E-Business« co-finanziert wurde. Das Projekt will den Anforderungen an eine E-Union Rechnung tragen und hat sich zum Ziel gesetzt, die Handlungsfähigkeit von Gewerkschaften und betrieblichen Regulierungsinstanzen in der digitalen Ökonomie zu verbessern und Konzepte für eine Elektronische Gewerkschaft zu entwickeln. Dabei geht es – so die Zielbeschreibung im Projektantrag – im Kern um die Entwicklung von »E-Activity«, die dazu geeignet ist, herkömmliche Informations-, Kommunikations- und Kooperationsprozesse von Gewerkschaften und betrieblichen Interessenvertretern in internetbasierte Verfahren zu überführen, um deren Funktionsfähigkeit, aber auch die Reichweite und Effektivität gewerkschaftlicher Arbeit in Zeiten von E-Business und des Web 2.0 zu gewährleisten. Aufgrund seines Forschungscharakters bietet das Projekt »E-Union« die Chance, dass innovative »E-Activities« bei Gewerkschaften modellhaft erprobt werden können, ohne dass diese in die offiziellen Internetstrategien der jeweiligen Organisationen eingreifen und langwierige Entscheidungs- und Abwägungsprozesse durchlaufen müssen. Auch die Gefahr eines partiellen Misserfolges ist im Rahmen eines Forschungsprojekts eher hinnehmbar als im realen Gewerkschaftsbetrieb.

Den genannten Zielen folgend, war das Projekt gemäß der Vorhabenbeschreibung vom September 2003 darauf ausgerichtet,

- E-Activity-Optionen in der Binnenkommunikation der Zielgruppen zu erforschen,

- E-Activity-Optionen in der Außenkommunikation der Zielgruppen zu untersuchen,
- Optionen für ein netzgestütztes Wissensmanagement für Gewerkschaften und Betriebsräte wissenschaftlich zu begründen,
- nützliche Fremdpraxis zu erheben und Modelle für Praxistests zu identifizieren
- E-Activity-Modelltests durchzuführen und
- einen forschungsbegleitenden Transfer und Öffentlichkeitsarbeit zu organisieren.

Das Projekt E-Union gliedert sich dabei in eine Analyse- und Erprobungsphase. Bei ersterer wurden von der FU Berlin, Otto-Suhr-Institut für Politikwissenschaft (Prof. Dr. Bodo Zeuner) der Status quo der internen Kommunikation und vom Büro für Publizistik (Hamburg) die externe Kommunikation von Interessenvertretern am Beispiel von ver.di untersucht.

Die Möglichkeiten eines netzgestützten Wissensmanagements wurden von BearingPoint GmbH (Berlin) einer eingehenden Analyse unterzogen. Auf Grundlage dieser Analyseergebnisse und unter Einbeziehung weiteren Inputs, u.a. durch verschiedene Fachbeiträge beim E-Union-Symposium im Januar 2006 (www.e-union.org → News & Termine), wurden insgesamt sechs Internetanwendungen für verschiedene Modelltests ausgewählt, erprobt und evaluiert.

Die Analysephase: Binnen-, Außenkommunikation und Wissensmanagement bei Gewerkschaften

Bei der *internen Kommunikation* (siehe dazu den Beitrag »Die Außen- und Binnenkommunikation« in diesem Buch) verspricht die »E-Union« nach den Ergebnissen der FU Berlin einen erheblichen Nutzen für die Gewerkschaftsmitglieder, die sich bislang nur unzureichend an der Meinungsbildung in ihrer Gewerkschaft beteiligt sehen. Drei Viertel der befragten ver.di-Mitglieder wünschen sich daher mehr Online-Mitgliederbefragungen, knapp 80%

wünschen sich generell einen Ausbau der Online-Kommunikation ihrer Gewerkschaft. Der Anteil der Onliner unter den Gewerkschaftsmitgliedern sowie deren Nutzungsverhalten entspricht im Wesentlichen dem des gesamtgesellschaftlichen Durchschnitts. Mehr als die Hälfte (56%) der Befragten ver.di-Mitglieder sind Internetnutzer, bei den Gewerkschaftsaktiven sind sogar 73% online (Daten aus 2005).

Auch für die *externe Kommunikation* wird dem Internet ein großes Potenzial für die Gewerkschaftsarbeit eingeräumt. Das Büro für Publizistik (Hamburg) hat in seiner Analyse für das Projekt eine Reihe von Optionen für die Verbesserung der Außenkommunikation mit Hilfe des Internets erarbeitet (siehe dazu ebenso den Beitrag »Die Außen- und Binnenkommunikation« in diesem Buch). Die Kommunikationsexperten empfehlen u.a. die Einrichtung eines Arbeitnehmerportals, bei dem ver.di arbeitnehmerrelevante Informationen und Positionen aus unterschiedlichen Quellen sammelt und der interessierten Öffentlichkeit zur Verfügung stellt. Auch hier ist das Internet nicht Selbstzweck, sondern kann einen wichtigen Beitrag zur öffentlichkeitswirksamen Profilierung der Gewerkschaften als »Experten der Arbeitswelt« und damit auch zur Gewinnung neuer Mitglieder leisten.

Beim *netzgestützten Wissensmanagement* sieht BearingPoint Ansatzpunkte bei der Koordinierung von Gruppen- und Willensbildungsprozessen, die dazu beitragen, die Abstimmung der eigenen Politik zu optimieren, die eigene Identität und das politische Profil zu stärken und interne Prozesse zu effektivieren. Gleichzeitig können durch ein internetbasiertes Wissensmanagement vorhandene Kompetenzen durch eine Vernetzung von Wissensbeständen besser genutzt und der Informationsfluss nach innen und außen effektiver gestaltet werden (siehe den Beitrag »Wissensmanagement« in diesem Buch).

Erprobungsphase: Auswahl und Durchführung von Modelltests

Die zweite Projektphase hatte die Auswahl und Erprobung der Internetanwendungen in den Modelltests zum Gegenstand. Bei der Auswahl der Modelltests waren insbesondere nachfolgende Anforderungen und Bedingungen zu beachten.

Mit den ausgewählten Modelltests sollten erstens die besonderen Herausforderungen der Gewerkschaften adressiert werden. Dazu gehören primär die Verbesserung der »sozialen Repräsentativität«, also die Fokussierung auf neue Zielgruppen wie Frauen, junge Beschäftigte und Hochqualifizierte oder die Integration heterogener Organisationseinheiten, wie kleinere Beschäftigtengruppen und Branchensegmente, die sich bislang in der realen Organisationsstruktur von ver.di nur unzureichend wiederfinden. Eine wichtige Anforderung an die Gewerkschaften, die mit den Modelltests adressiert werden sollte, ist eine intensivere und breitere Einbeziehung der Mitglieder in den gewerkschaftlichen Willensbildungsprozess sowie insgesamt die Optimierung der internen und externen Kommunikationsprozesse. Zudem sollen die Modelltests einen Beitrag zur Intensivierung der internationalen Arbeit und zur Modernisierung des Images der Gewerkschaften beitragen.

Zweitens sollen durch die Modelltests im Projekt E-Union die besonderen Potenziale von »E-Activities« erprobt werden, wie beispielsweise die Senkung von Transaktionskosten, die Individualisierung von Inhalten oder die Ausdehnung der Reichweite des per Internet bereitgestellten Informations- und Dienstleistungsangebots. Überdies sollten die Modelltests die besonderen Möglichkeiten zur Partizipation, zum Austausch von Wissen sowie zur Bildung virtueller (und realer) Communities zum Gegenstand haben.

Und drittens soll durch die prototypischen Anwendungen ein innovativer Mehrwert für die Gewerkschaften generiert werden. Dies betrifft die Verbesserung vorhandener Angebote, aber insbesondere deren Erweiterung um innovative »E-Activities«.

Neben den erwähnten inhaltlichen Anforderungen an die Auswahl geeigneter Modelltests mussten zudem die spezifischen Be-

Information

Kooperation und Partizipation stehen im Vordergrund
Hoher Anteil von Web 2.0-Anwendungen oder -Elementen
Fokus auf »Mitmach-Internet«

Blog »Timo Tarif«
Weblog zur Tarifrunde im Bankensektor

unt.unity 2
Bi-linguale Kooperationsplattform für internationale Projekte

Innovationsbarometer Online
Web-basierte Umfragen und Auswertungen

Kooperation

d-bate
Netzbasierte Debatte eines ver.di-Grundsatzprogramms

SMS-Unterschriftenliste
Mobile Unterschriftensammlung zur DGB-Mindestlohnkampagne

Wiki »Gute Arbeit
Internetbasierte Wissensammlung zum Thema »Gute Arbeit«

Partizipation

dingungen ihrer Realisierung innerhalb des E-Union-Projekts berücksichtigt werden. Eine unabdingbare Voraussetzung für die Auswahl eines Modelltests war seine »Andockung« an einen realen gewerkschaftlichen Anwendungsfall; Modelltests sollten nicht unter Laborbedingungen im gewerkschaftlich luftleeren Raum durchgeführt werden, sondern an einen vorhandenen gewerkschaftlichen Bedarf anknüpfen und somit auch das Commitment der jeweiligen durchführenden Organisationseinheiten sicherstellen. Selbstverständlich sollten die Modelltest nicht konträr zu bereits vorhandenen »E-Strukturen« und -Prozessen stehen – eine weitere Bedingung für eine Realisierung im Rahmen des E-Union-Projekts –, sondern sich in die definierten Prinzipien und Standards der jeweiligen Organisationen einfügen.

Dies war bereits aus Gründen der grundsätzlich erforderlichen »Anschlussmöglichkeit« vonnöten, also dem Weiterbetrieb des Modelltests bei seiner Eignung im jeweiligen Anwendungsfall. Gleichzeitig sollte ein Modelltest inhaltlich und technisch so konzipiert sein, dass er auch prinzipiell außerhalb des Testumfeldes reproduzierbar ist. Nicht zuletzt waren auch die besonderen Bedingungen öffentlich geförderter Projekte zu beachten: die vorgege-

benen finanziellen, zeitlichen und personellen Ressourcen, die für die Durchführung solcher Modelltests zur Verfügung stehen, sowie die grundsätzliche Möglichkeit einer problemlosen Beendigung eines Modelltests nach Ablauf des Projektzeitraums. Ein wesentliches Kriterium für die Auswahl der Modelltests war zudem die notwendige Übereinstimmung mit den Projektzielen und der Genehmigungsfähigkeit einer solchen Anwendung durch den Projektträger.

Diesen Anforderungen und Bedingungen folgend, wurden im Projekt E-Union folgende Modelltests ausgewählt und im Zeitraum von April 2006 bis April 2008 durchgeführt, ein überwiegender Teil davon sind auf Partizipation und Kooperation der Nutzer ausgerichtet (siehe Schaubild).

1. d-bate: Online-Debatte zum ver.di-Grundsatzprogramm

Ein erster dieser Modelltests hat die Verbesserung der Mitgliederpartizipation zum Ziel. Mit Hilfe eines Internet-Tools können sich Gewerkschaftsmitglieder online an der Debatte über ein neues ver.di-Grundsatzprogramm beteiligen und sich außerhalb örtlicher Gremien mit Anmerkungen, Ergänzungs- und Änderungsvorschlägen in diesen gewerkschaftlichen Willensbildungsprozess einbringen (siehe den Beitrag von *Claus Zanker* in diesem Buch, S. 69ff.)

2. SMS-Unterschriftenliste

Das Potenzial der SMS-Kommunikation untersucht der zweite Modelltest, der ein Beispiel für die Erweiterung der Spielräume für gewerkschaftliche Kampagnen und Aktionen durch die kombinierte Nutzung elektronischer und konventioneller Medien ist. ver.di hat auf Plakaten und in Print-Materialien der Kampagne zur Einführung eines gesetzlichen Mindestlohns in Deutschland die Menschen aufgefordert, diese Forderung u.a. durch den Versand einer SMS an eine dafür eingerichtete Kurzwahlnummer zu unterstützen. Nach Versand der SMS mit Name und Wohnort des Absenders erfolgt der Eintrag in einer Online-Unterschriftenliste sowie eine Rückmeldung per SMS mit einem Link zur Web-

site der Mindestlohnkampagne und dem Dank für die Unterstützung der ver.di-Forderung.

www.mindestlohn.de/initiative/unterschriftenliste (siehe den Beitrag von *Egon Zweigart* in diesem Buch)

3. Weblog zur Tarifrunde im Bankensektor

Die Verbesserung der Transparenz gewerkschaftlicher Politik hat sich ein dritter Modelltest zum Ziel gemacht, bei dem in einem Weblog intensiv und aus erster Hand über den Verhandlungsstand und die Hintergründe der Tarifrunde im Bankensektor berichtet wird. Der Autor des Blogs ist eine Kunstfigur (»Avatar«), der unter dem Namen »Timo Tarif« über den Verlauf der Tarifverhandlungen informiert. Mit den Kommentierungen der Blog-Einträge durch die Beschäftigten und Gewerkschaftsmitglieder im Bankensektor entsteht ein reger Austausch über Ziele, Stand und Ergebnisse der Tarifverhandlungen.

www.timotarif.de (siehe den Beitrag von *Klaus-Jürgen Drick* in diesem Buch).

4. Wiki zum Thema »Gute Arbeit«

»Gute Arbeit« ist ein Leitbild gewerkschaftlicher Arbeitspolitik und zielt auf die Verbesserung der Arbeitsqualität und der Arbeitsbedingungen der Beschäftigten. In diesem thematischen Umfeld beschäftigten sich eine Vielzahl gewerkschaftlicher und gewerkschaftsnaher Experten mit spezifischen arbeitswissenschaftlichen sowie betrieblichen Frage- und Problemstellungen. Um das vorhandene Expertenwissen zu sammeln und in einer Experten-Community gemeinsam zu erweitern, wurde ein als Online-Glossar konzipiertes Wiki zum Thema »Gute Arbeit« eingerichtet. Im Rahmen dieses Modelltests wird erprobt, ob sich Wikis für die Bündelung von Expertenwissen eignen und ein solches Internet-Tool von der Zielgruppe angenommen wird.

www.wiki-gute-arbeit.de (siehe den Beitrag von *Marion Lüh-ring* in diesem Buch).

5. int.unity: Kooperationsplattform für internationale Gewerkschaftsprojekte

Zur Verbesserung und Effektivierung internationaler Gewerkschaftskooperationen wurde als fünfter Modelltest ein netzgestütztes Groupwaresystem mit integrierter maschineller Übersetzung für das von ver.di und der US-Gewerkschaft CWA durchgeführte Projekt »TU – The Union for T-Mobile-Workers« eingerichtet. Das eingesetzte Tool wird im Rahmen des Modelltests auf seine Tauglichkeit für die Unterstützung internationaler gewerkschaftlicher Zusammenarbeit erprobt und optimiert. So informieren sich die Projektmitglieder beispielsweise in einem Blog gegenseitig über die Entwicklung im Konzern Deutsche Telekom sowie bei T-Mobile USA. Die Blogeinträge und dazu verfasste Kommentierungen werden von einem maschinellen Übersetzungssystem automatisch deutsch/englisch bzw. englisch/deutsch übersetzt. Die eingesetzte Sprachtechnologie wird durch die Erprobung permanent optimiert, vor allem wird dabei die gewerkschaftsspezifische Terminologiedatenbank des Übersetzungssystems ausgebaut (siehe den Beitrag von *Michael Schwemmler* in diesem Buch).

6. Befragungen online durchführen und auswerten: Innovationsbarometer Online

Die Eignung von Onlinebefragungen für gewerkschaftspolitische Themen zur Verbesserung gewerkschaftlicher Außen- und Binnenkommunikation wird im sechsten Modelltest exemplarisch untersucht. Dazu wird die bislang konventionell durchgeführte schriftliche Befragung für das ver.di-Innovationsbarometer online durchgeführt und den Teilnehmern eine standardisierte Online-Auswertungsmöglichkeit der Befragungsergebnisse zur Verfügung gestellt (siehe den Beitrag von *Gerrit Wiegand* in diesem Buch).

Fazit und Ausblick

Nach den bisherigen Planungen wird der überwiegende Teil der Modelltests auch nach Ende des E-Union-Projektes fortgeführt und muss sich in der gewerkschaftlichen Praxis weiter bewähren. Bereits jetzt lässt sich aber festhalten, dass die Erfahrungen mit einer Reihe von innovativen Internetanwendungen im Rahmen dieses Projekts hilfreich und wichtig für den weiteren Weg zur E-Union waren und ver.di damit eine Vorreiterrolle eingenommen hat.

Zu diesem Ergebnis kommt auch eine vom Projekt beauftragte Evaluierung des Vorhabens durch das Institute of Electronic Business (IEB) an der Universität der Künste Berlin. Für die weitere erfolgreiche Entwicklung sollten sich, so die Empfehlung des IEB, Gewerkschaften zu einer »lernenden Organisation« transformieren und bei ihrer Internetstrategie vor allem die Einrichtung von webbasierten Communities vorantreiben, mit denen sie ihre Mitglieder vernetzen und zielgerichtet für die Mitarbeit zu bestimmten Themen motivieren können. Am Beispiel des SPD-Mitgliedernetzes zeige sich, dass solche Communities sich auch für die Bearbeitung sehr spezifischer Aufgaben eignen.

Die Einrichtung von Web-Communities scheint auch für Gewerkschaften geeignet, die ähnlich wie Parteien vor dem Problem einer zunehmend heterogenen Mitgliederbasis stehen, neue Mitgliedergruppen erschließen müssen, sich einem steigenden Partizipationsbedürfnis der Menschen gegenübersehen und die Aggregation vielfältiger Interessen bewältigen müssen. Damit eine solche Web-Community den Gewerkschaften den gewünschten Erfolg bringt, ist es unabdingbar, dass die Grundlage des Social Web/Web 2.0 beachtet wird: »freie, uneingeschränkte Meinungsäußerung und ein Mitspracherecht an allen Themen«, so die Empfehlung des IEB. Eine solche Vorgehensweise schließt an die generelle Diskussion um die Zukunftsfähigkeit der Gewerkschaften an, in deren Kontext vor allem die Öffnung für neue Mitgliedergruppen und erweiterte Partizipationsmöglichkeiten als wichtiger Schlüssel zur Modernisierung und Sicherstellung erfolgreicher Gewerkschafts-

arbeit gesehen wird. Als Allheilmittel zu Lösung vielfältiger politischer Herausforderungen dient das Internet mit Sicherheit nicht, ebenso wenig sollte es den persönlichen Kontakt und das direkte Gespräch zwischen Gewerkschaft und Mitgliedern und zwischen den Mitgliedern in den Betrieben ersetzen.

Das Internet kann als ein in viele Bereiche von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft hineinreichendes Kommunikationsmedium mit dazu beitragen, dass solche Anforderungen für Gewerkschaften effektiver und effizienter zu bewältigen sind und die Modernisierung der Gewerkschaften besser gelingt.

Literatur

- Arlt, Hans-Jürgen (1994): Kampfkraft kommt aus Kommunikation – oder verkümmert, in: Gewerkschaftliche Monatshefte, 5/1994: 281-296
- Bieber, Christoph (o.J.): »Entdecke die Möglichkeiten.« E-Partizipation: Mitmach-Politik im Internet?, <http://politik-digital.de/archiv/edemocracy/e-partizipation.shtml>
- BMI – Bundesministerium des Innern (2006): E-Government 2.0. Das Programm des Bundes, Berlin
- BMWi – Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2006): e-f@cts: E-Business für unser Unternehmen?, Nr. 1, Februar 2006, Berlin
- Darlington, Roger (2001): Die Entstehung der e-union. Einsatz von IuK-Technologien bei britischen Gewerkschaften, in: Michael Sommer/Lothar Schröder/Michael Schwemmler (Hrsg.): Neu denken – Neu handeln. Arbeit und Gewerkschaften im digitalen Kapitalismus, Hamburg: 250-263
- Diamand, Wayne J./Freeman, Richard B. (2002): Will Unionism prosper in Cyberspace? The Promise of the Internet for Employee Organization, in: British Journal of Industrial Relations, September 2002: 569-596
- Fichter, Michael/Gester, Jochen/Zeuner, Bodo (2004): Externe Herausforderungen – Interne Problemlagen – Zukunftsoptionen: Eine internationale Perspektive, in: Petra Frerichs u.a.: Zukunft der Gewerkschaften. Zwei Literaturstudien, Hans-Böckler-Stiftung, Arbeitspapier 44, Düsseldorf: 113-186
- Frerichs, Petra/Pohl, Wolfgang (2004): Zukunft der Gewerkschaften: Mitgliederentwicklung – Organisationsstrukturen – Werte und Orientierungen, in: Petra Frerichs u.a.: Zukunft der Gewerkschaften. Zwei Literaturstudien, Hans-Böckler-Stiftung, Arbeitspapier 44, Düsseldorf: 9-112
- Gerhards, Maria/Mendes, Annette (2007): Offliner 2007: Zunehmend distanzierter, aber gelassener Blick aufs Internet. ARD/ZDF-Offline-Studie 2007, in: Media Perspektiven 8/2007: 379-392

- Gscheidle, Christoph/Fisch, Martin (2007): Onliner 2007: Das »Mitmach-Netz« im Breitbandzeitalter. ARD/ZDF-Online-Studie 2007, in: Media Perspektiven 8/2007: 393-405
- Kuhn, Frank (2006): Elektronische Partizipation. Digitale Möglichkeiten – Erklärungsfaktoren – Instrumente, Wiesbaden
- Lee, Eric (1997): The Labour Movement and the Internet. The New Internationalism, London
- Pernicka, Susanne/Blaschke, Sabine/Aust, Andreas (2007): Gewerkschaftliche Revitalisierung durch die Organisation Selbständiger? Deutsche und Österreichische Gewerkschaften im Vergleich, in: Industrielle Beziehungen, 1/2007: 30-54
- Shostak, Arthur B. (1999): CyberUnion. Empowering Labor Through Computer Technology, Armonk/London
- Sommer, Michael/Schröder, Lothar (2003): Eine e-Union für e-Europe? Gewerkschaftliche Arbeit im Netz, in: Michael Sommer/Cornelia Brandt/Lothar Schröder (Hrsg.): Im Netz@work. E-Mail – Intranet – Internet: Aufbruch, Überwachung, Regeln, Hamburg, 2003: 92-99
- Statistisches Bundesamt (2008): Entwicklung der Informationsgesellschaft. IKT in Deutschland, Wiesbaden
- Straßner, Alexander (2006): Funktionen von Verbänden in der modernen Gesellschaft, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, 15-16/2006: 10-17
- van Eimeren, Birgit/Frees, Beate (2007): ARD/ZDF-Online-Studie 2007: Internetnutzung zwischen Pragmatismus und YouTube-Euphorie, in: Media Perspektiven 8/2007: 362-378
- Ward, Stephen/Lusoli, Wainer (2002): Dinosaurs in cyberspace? British trade unions and the internet. Paper to be presented at Political Studies Association Annual Conference, University of Aberdeen 4-7th April 2002
- Weßels, Bernhard (2003): Gewerkschaften in der Mediengesellschaft, in: Wolfgang Schroeder/Bernhard Weßels (Hrsg.): Die Gewerkschaften in Politik und Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland, Wiesbaden: 323-341
- ZEW – Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (2007): IKT-Umfrage 2007: Internetwirtschaft weiter auf dem Vormarsch, IKT-Report, September 2007, Mannheim