

«Der Alleingang ist keine Alternative»

Danièle Lenzin und Roland Kreuzer stellen sich – als einzige KandidatInnen – am comedia-Kongress zur Wiederwahl. Im Interview ziehen die KopräsidentInnen Bilanz über die zwei Amtsjahre, sprechen über die gewerkschaftlichen Perspektiven in der Medienbranche und erklären, weshalb es für comedia keine Alternative ausser einer Fusion mit der Gewerkschaft Kommunikation oder Unia gibt.

Seit 2005 habt ihr das Präsidium inne. Wie habt ihr euch die Aufgaben aufgeteilt?

Danièle: Roland hat den Vorsitz in der Geschäftsleitung, koordiniert die internationalen Kontakte und kümmert sich um das Dossier Lohnfragen, während ich für den Zentralvorstand zuständig bin und das Projekt Mitgliederwerbung übernommen habe. Dazu vertrete ich comedia im Vorstand des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes.

Was waren die positivsten Ereignisse der letzten zwei Jahre?

Roland: Gleich zu Beginn gelang es, Edipresse wieder unter den Gesamtarbeitsvertrag der grafischen Industrie zu bringen. Beeindruckend war auch die Grossdemonstration «Löhne rauf – Lohngleichheit jetzt!» im September mit über 25000 Menschen in Bern, auch wenn die Resultate der letzten Lohnrunde in unseren Branchen trotzdem eher mager ausfielen.

Ihr habt das Präsidium in einer schwierigen Zeit übernommen, insbesondere, was die Finanzlage betrifft. Roland, du hast vor zwei Jahren gesagt, dass comedia mit einer guten Gewerkschaftspolitik «die Kurve kriegen» könnte. Das war sehr optimistisch, oder?

Roland: Bereits damals war klar, dass wir einen markanten Mitgliederzuwachs brauchen, um finanziell wieder auf die Beine zu kommen. Konkret rechneten wir mit 1500 Neumitgliedern pro Jahr – doppelt so viele, wie wir im Schnitt in den Jahren davor erreicht haben.

Mir ist aufgefallen, dass comedia in den letzten zwei Jahren im Tessin ein Wachstum von rund 16 Prozent hatte,

während die Romandie jedes zehnte Mitglied verlor.

Danièle: Der stark wachsende Sektor Visuelle Kommunikation war in der Romandie nicht sehr präsent. Hier gibt es noch Aufholbedarf – vor allem an den Schulen. Verstärkte Anstrengungen sind auch im Sektor Buch und im Sektor Presse nötig, wo comedia bis jetzt von den Verhandlungen für einen neuen Gesamtarbeitsvertrag ausgeschlossen ist. Das Tessin ist zudem unsere «jüngste» Region: Rund die Hälfte der Mitglieder sind unter 40 Jahren. In der Romandie ist es dagegen noch nicht gelungen, den Generationswechsel zu vollziehen.

In der gleichen Zeit hat sich der Frauenanteil auf ein Drittel erhöht. Wieso?

Danièle: Die Zunahme ist das Resultat unseres konsequenten Engagements in Gleichstellungsfragen. comedia hat bei der Gründung 1999 Geschlechterquoten eingeführt und weist deshalb einen hohen Frauenanteil in den ehrenamtlichen Gremien wie auch in den politischen Funktionen auf. Zudem hat die Zentrale Frauensekretärin Einsitz in der Geschäftsleitung und die Frauenkommission, wie alle Kommissionen, eine Vertreterin im Zentralvorstand.

Mit der Übernahme von Espace Media durch Tamedia nimmt der Konzentrationsprozess in der Medienlandschaft zu. Wie soll comedia darauf reagieren?

Roland: comedia wird sich weiterhin für die Unabhängigkeit der Medien einsetzen. Statt einem Einheitsbrei braucht es eine Vielfalt von Meinungen. Es darf nicht sein, dass die verschiedenen Redaktionen eines Konzerns letztlich alle dem gleichen verlegerischen Kurs folgen müssen.

Im Druckbereich wehren wir uns dagegen, dass die Maschinen der Verlagmultis an sieben Tagen 24 Stunden laufen. Dies ist das wirksamste Mittel, um die Produktion zu verteilen und Stellen zu sichern. Damit dämmen wir auch die Nacharbeit ein, die nachweislich der Gesundheit schadet. Es muss uns auch gelingen, die einseitige Gewinnmaximierungslogik zu durchbrechen. Bei den übersteigerten Renditezielen der Medienunternehmen – bei Tamedia 15 bis 20 Prozent – wird es sonst enorm schwierig, Gesamtarbeitsverträge zu erkämpfen und bestehende weiter zu verbessern.

Stichwort Zukunft: Am comedia-Kongress stellt der Zentralvorstand den Antrag, eine Fusion mit der Gewerkschaft Kommunikation (GeKo) oder Unia zu prüfen. Gibt es keine Alternativen?

Danièle: Wir haben seit 2004 verschiedene Zukunftsszenarien verfolgt. Der Alleingang ist aus finanziellen Gründen nicht mehr möglich. Wir leben seit Jahren von der Substanz und müssen Reserven auflösen, um die laufenden Kosten zu decken. Abgesehen davon, dass auch Reserven einmal aufgebraucht sind, kann eine solche Finanzierung keine Alternative darstellen. Im Gegenteil: Es ist nun höchste Zeit, dass wir handeln und eine Organisationsform suchen, welche die Ein- und Ausgaben wieder ins Lot bringt.

Roland: Unabhängig von der angespannten Finanzlage gibt es politische Gründe, die für einen Zusammenschluss sprechen. Es braucht heute Grossgewerkschaften, um erfolgreiche Arbeitskämpfe zu führen. Es genügt nicht mehr, während einem Streik eine Druckerei lahmzulegen, wenn im Zeitalter der elektro-

nischen Datenübermittlung die Aufträge problemlos von einer anderen Firma erledigt werden können. Wir müssen fähig sein, flächendeckend präsent zu sein, etwa für Blockadeaktionen. Um in der Öffentlichkeit Druck aufzubauen, braucht es ein politisches Gewicht, wie es die GBI – eine der Vorläuferorganisationen der Unia – im Kampf für das Rentenalter 60 auf dem Bau erfolgreich gezeigt hat.

Wird am Kongress die Vision einer breiten Branchengewerkschaft im Bereich Kommunikation und Kultur beerdigt?

Danièle: Nein, diese Vision ist nicht vom Tisch! Eine Option ist ein Zusammengehen mit der GeKo, um die Kräfte für den gewerkschaftlichen Aufbau in der Kommunikationsbranche zu bündeln. Es stimmt aber, dass wir im Bereich Kultur nicht weitergekommen sind. Wir mussten leider feststellen, dass das Bedürfnis nach gewerkschaftlicher Organisation bei diesen Berufsverbänden kaum vorhanden ist.

Roland: Bei vielen Kulturjobs handelt es sich um extrem prekäre Arbeitsverhältnisse. Um einen solchen Bereich zu organisieren, braucht es viel Personal und Ressourcen. Als Kleingewerkschaft können wir dies – ohne Partner – schlicht nicht leisten.

Der aktuelle Finanzplan sieht für die nächsten Jahre rote Zahlen vor. Hat denn comedia noch die Mittel, um längere Arbeitskämpfe zu führen?

Roland: Um es klar zu sagen: Ein Streik wird nie an den Finanzen scheitern. comedia hat für die kommenden Auseinandersetzungen ausreichende Reserven. Wir prüfen eine Fusion, nicht weil comedia bankrott ist, sondern weil wir rechtzeitig eine langfristige Perspektive entwickeln wollen.

Aus der Romandie liegt ein Gegenantrag vor. Statt einen Fusionspartner auszuwählen, soll zuerst die Zukunftsdiskussion geführt werden. In der Be-



gründung wird auch die Befürchtung geäußert, dass die Sektoren in einer Grossgewerkschaft ihre Identität verlieren würden.

Danièle: Diese Ängste nehmen wir sehr ernst. Mir ist bewusst, dass wir vor einer Fusion diskutieren müssen, welche Bedeutung heute die Berufsidentität hat und welchen Platz sie in der Gewerkschaftsorganisation einnehmen soll. Der Entscheid für einen Partner hängt letztlich auch davon ab, welche Rolle unsere vier Branchen in einer neuen Organisation spielen.

Wie kann die Basis in diese Diskussionen eingebunden werden?

Danièle: Eine wichtige Rolle spielen sicher die Sektorvorstände, die Sektionen und die Ortsgruppen. Ich kann mir auch gut vorstellen, dass wir Veranstaltungen für interessierte Mitglieder organisieren, um gemeinsam über die Zukunft von comedia zu diskutieren.

Was sind – neben dem Fusionsprojekt – eure Prioritäten, falls ihr für weitere zwei Jahre gewählt werdet?

Roland: Ein Skandal ist weiterhin die Stagnation der Löhne trotz Rekordgewinnen in der Medienbranche. Hier besteht grosser Aufholbedarf – auch in Sachen Lohngleichheit. Im Zentrum stehen sicher die Erneuerung des Gesamtarbeitsvertrags in der grafischen Industrie, wo wir harte Verhandlungen erwarten, und nach dreijährigem vertragslosem Zustand endlich der Abschluss eines Gesamtarbeitsvertrags für die Redaktionsangestellten in der Deutschschweiz und im Tessin.

Danièle: Eine zentrale Kampagne wird die Initiative des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes sein, die ein flexibilisiertes Rentenalter ab 62 fordert. Dazu ist die Mitgliederwerbung weiterhin eine der wichtigsten Aufgaben. So findet im September das erste Mal eine gemeinsame Werbewoche aller Sektoren statt.

Interview: Daniel Graf

Koprsäsidentin Danièle Lenzin und Koprsident Roland Kreuzer an der grossen Lohndemonstration im September 2006 in Bern. (Bild: Margareta Sommer)