

# »Wir brauchen passgenaue Lösungen«

**KOMMUNIKATION** *Gewerkschaften müssen mit Beschäftigten kommunizieren, sonst können sie ihre Aufgaben nicht wahrnehmen. Aber welche Möglichkeiten haben sie dazu in einer zunehmend digitalisierten Arbeitswelt? Der Aushang am Schwarzen Brett und das Verteilen von Informationsmaterial im Betrieb helfen wenig, wenn sich ein Großteil der Beschäftigten im Homeoffice befindet.*

VON UTE DEMUTH

In Zeiten von Homeoffice und Kontaktbeschränkungen ist die Kommunikation mit den Beschäftigten schwerer möglich. Das gilt für Betriebsräte ebenso wie für Gewerkschaften. Angesichts der anstehenden Betriebsratswahlen, aber auch von Zukunftsthemen wie der digitalen und ökologischen Transformation ist eine aktive Interessenvertretung unerlässlich. Wie sich eine solche umsetzen lässt und was beim digitalen Zugang noch fehlt, verrät die Leiterin der Abteilung Mitbestimmung und Betriebsverfassung der IG BCE, Isabel Eder.

**Seit gut einem Jahr kümmert Ihr Euch als IG BCE intensiv um das Thema »Digitales Zugangsrecht«. Welche Ziele verfolgt Ihr damit?**

Das digitale Zugangsrecht ist durch die Pandemie mehr in unseren Fokus gerückt, aber wir haben uns auch schon vorher mit dem Thema befasst. Zum Beispiel haben wir in einem Unternehmen schon vor der Pandemie angefangen, ein digitales Zugangsrecht einzuklagen, weil wir nicht mehr alle Beschäftigten im Betrieb erreichen können.

Als Gewerkschaft wollen wir Mitglieder informieren und gut begleiten, deren Interessenvertretung wir schon sind, aber natürlich auch potenzielle Mitglieder von uns überzeugen. Das geht nur über direkten Kontakt. Wenn eine

direkte Ansprache nicht möglich ist, brauchen wir andere Wege. Klar ist aber, dass Gewerkschaftsarbeit immer auch das direkte Gespräch ist, digitale Formate können das nur bedingt ersetzen.

**Was hat Euch konkret veranlasst, das Thema anzupacken?**

Ein Faktor war die Ausweitung von Homeoffice, mobiler Arbeit oder Remote Work, die in manchen Unternehmen auch vorher schon eine größere Rolle gespielt haben. Corona wirkt hier klar beschleunigend. Außerdem haben sich die Anforderungen an Kommunikation verändert, die Gewerkschaftsarbeit ist allgemein digitaler geworden, z. B. durch den Ausbau von Social-Media-Angeboten und den Einsatz von Videos und Sharepics in der Kommunikation. Für unsere Mitglieder haben wir daher vor einiger Zeit die IG BCE-App eingeführt: Die Kolleg:innen können damit direkt vom Handy auf Informationen zu den jeweils interessanten Themen zugreifen, an Umfragen teilnehmen und ihre Mitgliedsinformationen sehen.

**Wie wollt Ihr einen digitalen Zugang zu den Beschäftigten erreichen?**

Wir erwarten eine klare gesetzliche Regelung, die uns ein entsprechendes Informationsniveau

**GESPRÄCHSPARTNERIN**



Isabel Eder ist die Abteilungsleiterin für die Abteilung Mitbestimmung/ Betriebsverfassung bei der IG BCE in Hannover.

## RECHTSPRECHUNG

**Effektive Werbung** ist laut Bundesverfassungsgericht (BVerfG) nur im Betrieb möglich, wo sie auf Aufmerksamkeit und Aufgeschlossenheit stoßen kann (BVerfG 14.11.1995 – 1 BvR 601/92). Eine Verlagerung auf die Freizeit oder private Mail-Adressen scheidet deswegen aus.

Beschäftigte müssen dort auf Antworten treffen, wo sie Fragen haben. Deswegen muss das Recht auf **Koalitionsbetätigung** dort ausgeübt werden, wo sich das Arbeitsleben abspielt: **im Betrieb** (BAG 14.2.1967 – 1 AZR 494/65).

**Betriebsübliche Anschlagflächen** stehen auch der Gewerkschaft zu. Auch wenn die Entscheidung bezüglich einer Plakatwerbung getroffen wurde (LAG Hamm 18.2.1971 – 8 Sa 618/70), ist die Betriebsüblichkeit auch im digitalen Bereich entscheidend.

Auch zum digitalen Zugang gibt es bereits eine Entscheidung: Hier hat die zuständige Gewerkschaft alle Beschäftigten auf der dienstlichen **E-Mail-Adresse** angeschrieben und das BAG hat das für zulässig erachtet (BAG 20.1.2009 – 1 AZR 515/08).

bietet, wie das einst das Schwarze Brett oder der Rundgang durch den Betrieb ermöglicht hat. In der Diskussion dazu kamen oft Fragen zum Datenschutz, zur fehlenden Rechtsprechung und zur fehlenden gesetzlichen Grundlage auf. Deswegen war eine fachliche Auseinandersetzung zu dem Thema für uns sehr wichtig, weil wir natürlich verstehen, dass auch Unternehmen die Anforderungen von Compliance und Datenschutz einhalten müssen. Gute Unterstützung in der Diskussion war deshalb das Gutachten von Prof. Wolfgang Däubler für das Hugo Sinzheimer Institut (siehe Beitrag S. 8ff). Auf dieses Gutachten können sich Gewerkschafts- wie auch Unternehmensseite genauso wie Betriebsräte stützen, die hier etwas regeln wollen, aber rechtliche Bedenken haben.

Wir waren auch mit der Politik schon im letzten Jahr im Austausch. Dass der Koalitionsvertrag das Thema aufgenommen hat, zeigt, dass unsere Botschaften angekommen sind und wir hoffen auf eine baldige Umsetzung. Hier sind wir mit dem Deutschen Gewerkschaftsbund und den anderen Mitgliedsgewerkschaften gemeinsam dran.

### Was ist genau unter digitalem »Zugang« zu verstehen?

Zunächst einmal lässt der Wortlaut »Zugang« ja nicht erkennen, ob dieser nun digital oder physisch ausgestaltet ist. Es gab bislang einfach nur Rechtsprechung zum physischen Zutritt, weil nur diese Fragen an die Gerichte gestellt wurden. Das ändert sich gerade.

Und insbesondere wegen der Änderungen zu den Sitzungen per Video- oder Telefonkonferenz, die jetzt durch das Betriebsrätemodernisierungsgesetz in das Betriebsverfassungsgesetz (BetrVG) Eingang gefunden haben, ist nicht einzusehen, warum »Zugang« nicht auch einen digitalen Zugang bedeuten soll – insbesondere, da die Rechtsprechung viele konkrete Aussagen getroffen hat, die für ein digitales Zugangsrecht sprechen (siehe Kasten).

Für uns als IG BCE bedeutet das: Wir gehen davon aus, dass wir als Gewerkschaft die Möglichkeit haben müssen, über die betriebsüblichen Kanäle mit Beschäftigten Kontakt aufzunehmen. »Betriebsüblich« ist hier das entscheidende Stichwort. Wir wollen eine im Verhältnis zum Arbeitgeber gleichberechtigte Kommunikation – nicht im Ausmaß, aber in der Kommunikationsform. Wenn ein Betrieb nur mit Yammer arbeitet, dann braucht die Gewerkschaft einen Zugang zu diesem System. Kommuniziert ein Betrieb überwiegend per E-Mail, dann brauchen wir einen Zugang zu den dienstlichen Mail-Adressen.

Wir dürfen als Gewerkschaften nicht digital ausgesperrt werden. Wichtig ist außerdem, dass auf der digitalen Ebene keine Zensur erfolgt, also beispielsweise Inhalte durch den Arbeitgeber verändert werden, bevor sie ins Netz gestellt werden. Gleichzeitig muss Kommunikation im Unternehmen natürlich geplant werden und es können nicht alle so kommunizieren, wie es ihnen gefällt. Hier wird es noch Klärungen im Einzelfall geben

müssen, aber ich bin zuversichtlich, denn wir verständigen uns ja auch zu Besuchen in den Betrieben und zu Tariffaktionen. Kommunikation ist also auch hier der Schlüssel.

### Welche Herausforderungen seht Ihr beim digitalen Zugang?

Wichtig ist es uns, alle Beschäftigten zu erreichen. Deswegen sind wir für passgenaue Lösungen, die sich an dem Betrieb orientieren. E-Mail wird zwar häufig genutzt, aber das bringt wenig, wenn nicht alle eine E-Mail-Adresse haben oder regelmäßig damit arbeiten. Ich denke da beispielsweise an Reinigungs- und Kantinenkräfte.

### Wenn Euch bisher der Arbeitgeber einen digitalen Zugang eingeräumt hat, was habt Ihr damit gemacht?

Beispielsweise werden IG BCE-Beiträge über Vertrauensleute bzw. Mitglieder im Intranet veröffentlicht oder es wird an prominenter Stelle auf unser Angebot im Netz verlinkt. Es gibt auch Telegram-Gruppen oder SMS-Verteiler für gewerkschaftliche Informationen. Interessant sind auch Beiträge auf Bildschirmen an Schlüsselstellen im Betrieb. Vorteil ist, dass Beschäftigte erreicht werden, die selbst keinen dienstlichen Laptop, kein Smartphone etc. haben. Das ist quasi ein digitales Schwarzes Brett, kann aber natürlich viel ansprechender sein. Durch einen QR-Code kann ich als

#### BEGRIFFE

»QR« steht für »quick response«, also schnelle Antwort. Kodierte Daten, z.B. ein Link, werden als schwarze und weiße Quadrate dargestellt und können mit der Handycamera erfasst und mittels entsprechender Software dekodiert werden. Das hört sich kompliziert an, geht aber meist mit einem Klick.

**Sharepics**, übersetzt etwa »Teil-Bilder«, bestehen entweder nur aus Text oder aus Text und Bild, bringen eine Botschaft auf den Punkt und haben zum Ziel, möglichst oft in den sozialen Medien geteilt zu werden.

Interessierte:r dann mehr Informationen erhalten, wenn ich das möchte.

### Mit der Kautschuk-Industrie habt Ihr eine Sozialpartnervereinbarung zum digitalen Zugangsrecht beschlossen: Kannst Du genauer sagen, was das ist?

Es handelt sich um eine Vereinbarung zwischen den Sozialpartnern, also nicht um einen Tarifvertrag. Es ist aber auch mehr als eine Empfehlung an die Betriebe der Branche. Wir konnten uns hier als Sozialpartner auf etwas »committen«, wie man so schön sagt, bevor der Gesetzgeber agiert hat. Klar ist aber auch, dass hier weniger verabredet wurde, als es in gut organisierten Betrieben bereits gibt. Aber wir wollten ja etwas für alle Betriebe in der Branche vereinbaren.

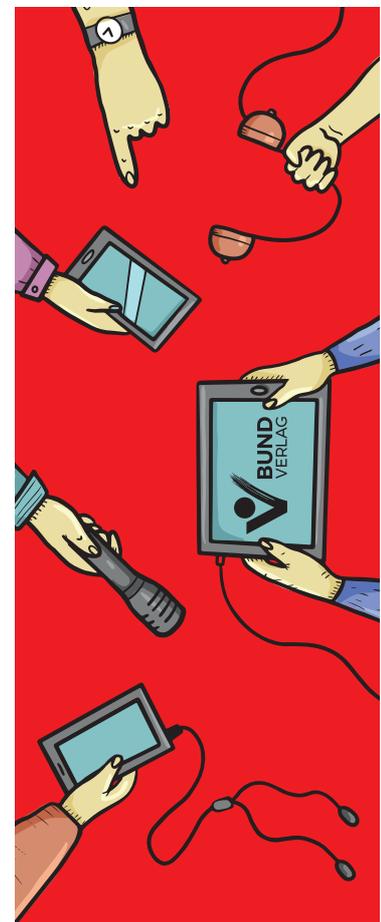
### Was genau wurde geregelt?

Zunächst einmal ist positiv hervorzuheben, dass der Zugang zu den Belegschaften als »wesentlicher Faktor für eine gelingende Sozialpartnerschaft« anerkannt wird. Das gewährleistet Augenhöhe. Das digitale Zugangsrecht soll für die IG BCE entsprechend der »betrieblichen Kommunikationsstrukturen und -wege eingeräumt werden«, ohne dass analoge Zugangswege abgelöst werden.

Konkret angesprochen werden je nach betrieblicher Situation ein digitales Schwarzes Brett im betrieblichen Intranet, Mailinglisten, Zugangs- und Nutzungsmöglichkeiten von betrieblich eingerichteten Videokonferenzsystemen für gewerkschaftliche digitale Zusammenkünfte wie eine Online-Sprechstunde oder eine Online-Vertrauensleutesitzung und die Bereitstellung betrieblich bestehender Kommunikationswege für die direkte Ansprache und Information der Beschäftigten.

### Gibt es dazu erste Erfahrungen?

Wir schauen uns immer erst einmal an, welche betrieblichen Kommunikationswege bestehen oder in Planung sind, wie die Beschäftigtenstruktur aussieht und welche digitale Ausstattung vorhanden ist. Kurz gesagt fragen wir uns: Wen erreichen wir wie? In Verhandlungen sprechen wir dann Detailfragen und Sorgen an und idealerweise wird auch ein Konfliktregelungsmechanismus vorgesehen. Zum Beispiel



Zu finden auf Spotify, Deezer, Amazon Music/Audible, Podimo, Apple Podcasts und YouTube.

**Jetzt hören:**

[www.bund-verlag.de/aib-podcast](http://www.bund-verlag.de/aib-podcast)

**AiB Audio**  
**PODCAST FÜR**  
**ERFOLGREICHE**  
**BETRIEBSRATS-**  
**ARBEIT**



muss die Unternehmenskommunikationsplanung genauso berücksichtigt werden wie die Dringlichkeit von gewerkschaftlichen Informationen an Beschäftigte bei Betriebsschließungen.

Oft diskutiert man allerdings in Scheindebatten über Probleme, die vermutlich in der Praxis eher selten auftreten werden. Ein Beispiel: Häufig wird erklärt, dass Beschäftigte sich bei Unternehmen darüber beschwerten könnten, dass sie von uns angemailt werden und sich dadurch belästigt fühlen. Vereinzelt mag das zwar vorkommen, aber ein Massenproblem wird das eher nicht sein. Wir wollen durch gute Inhalte überzeugen und nicht Beschäftigte zuspammen. Das schadet uns eher, wenn wir Menschen so begegnen.

### Wo siehst Du noch Schwierigkeiten?

Es ist auf dem Weg. Schwierig ist es dort, wo wir noch nicht so gut organisiert sind und selbst als Hauptamtliche einen Zugang brauchen, um uns schützend vor Kolleg:innen zu stellen. Da geben uns die Arbeitgeber in der Regel nicht einfach Zugang, denn das digitale Zugangsrecht ist rechtlich nicht unumstritten. Deswegen brauchen wir eine gesetzliche Regelung, die uns nicht nur ermöglicht, einen Zugang über Mitglieder zu erhalten, die gleichzeitig Beschäftigte des Unternehmens sind, sondern auch uns als Gewerkschaft – also aus datenschutzrechtlicher Sicht einem Dritten. Eigentlich gibt es hier kein Datenschutzproblem, zu dem Ergebnis kommt auch das Gutachten des HSI. Klarstellend kann der Gesetzgeber aber deutlich machen, dass wir die uns zur Verfügung gestellten Daten nur für das Thema gewerkschaftliche Information und Mitgliederwerbung verarbeiten dürfen.

### Wie können Vertrauensleute und Betriebsratsmitglieder gegenüber dem Arbeitgeber argumentieren, um auch digital für die Beschäftigten da zu sein?

Vertrauensleute und Betriebsräte sind zwar häufig personenidentisch, können sich aber auf unterschiedliche Rechtsgrundlagen stützen. Man muss also gedanklich unterscheiden: Für uns als Gewerkschaft, also auch für unsere Vertrauensleute, ist das digitale Zugangsrecht zur Mitgliederinformation und auch Mitgliederwerbung direkter Ausfluss aus dem

Grundgesetz (GG), nämlich aus der sogenannten Koalitionsfreiheit in Art. 9 Abs. 3. Sie umfasst das Recht, Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände zu bilden, aber auch das Recht auf Koalitionsbetätigung, also das Recht, aktiv zu werden. Für die Gewerkschaften heißt das beispielsweise, dass sie Informationen verteilen und Mitglieder werben können. Das ist durch Rechtsprechung ausgeurteilt, meist aber bezogen auf den physischen Zugang.

Der Betriebsrat kann sich auf das BetrVG berufen. Aber auch wir als Gewerkschaft können im Rahmen des BetrVG tätig werden – z.B. durch eine Teilnahme an Betriebsratssitzungen, Betriebsversammlungen oder Begehungen. Hier ist in § 2 Abs. 2 BetrVG geregelt, dass die Gewerkschaft ein Zugangsrecht zum Betrieb hat.

### Ihr unterstützt Betriebsräte und Vertrauensleute auch ganz konkret dabei, digital präsent zu sein. Wie macht Ihr das?

Wir unterstützen durch digitale Materialien, Schulungen und strategische Tipps. Als Materialien setzen wir neben klassischen Downloads z.B. auf Sharepics oder QR-Codes, die auf die Seiten der IG BCE verlinken.

Aber auch eine strategische Ausrichtung ist wichtig: In diesem Jahr haben wir die digitale Komponente für die Betriebsratswahlen deutlich ausgeweitet. Auf der Seite [www.das-konkrete-waehlen.de](http://www.das-konkrete-waehlen.de) finden sich viele Informationen dazu. In einem Kampagnen-Handbuch wird beschrieben, dass es stark auf den Betrieb und die Beschäftigtenstruktur ankommt, wie man einen Wahlkampf gestaltet. Es kann z.B. sinnvoll sein, kleine Umfragen zu erstellen, um die Kernthemen der Beschäftigten zu kennen. Betriebsratskandidat:innen können sich in einem Druck-Portal selbst Plakate erstellen, die konkret Themen aus ihrem Betrieb aufnehmen. In Schulungen können die Kolleg:innen sich weiterentwickeln, was ihre digitale Präsenz und digitalen Möglichkeiten betrifft – auch über die Betriebsratswahlen hinaus. ◀



**Ute Demuth** schult und berät Interessenvertretungen zum Einsatz digitaler Medien.  
[www.udemuth.de](http://www.udemuth.de)