

Frank Bsirske/Ellen Paschke/Berno Schuckart-Witsch (Hrsg.)
Streiks in Gottes Häusern

Frank Bsirske/Ellen Paschke/
Berno Schuckart-Witsch (Hrsg.)

Streiks in Gottes Häusern

Protest, Bewegung, Alternativen
in kirchlichen Betrieben

VSA: Verlag Hamburg

Dank an Uta von Schrenk, die den Beitrag von Ellen Paschke und die Interviews mit Uwe Demitz, Frank Stahlhut, Holger Thomas und Alexander Wolter bearbeitet hat.

Inhalt

Frank Bsirske	
Vorwort	7
Ellen Paschke	
Sich regen bringt Segen	9
Warum kirchliche Betriebe faire Tarifverträge brauchen	
Berno Schuckart-Witsch	
Warum in Gottes Häusern gestreikt wird	19
Kirchen missbrauchen Sonderrechte und das soziale Engagement ihrer Mitarbeiter_innen	
Norbert Wohlfahrt	
Die christlichen Wohlfahrtskonzerne	34
Anspruch und Wirklichkeit	
Hermann Lührs	
Vermiedene Aufklärung	49
Kontinuitäten des Begriffs »Dienstgemeinschaft«	
Hartmut Kreß	
Kirchen als Arbeitgeber	60
Probleme des Umgangs der Kirchen mit Grundrechten von Arbeitnehmern und von weiteren Betroffenen	
Georg Güttner-Mayer	
Katholische Kirche und Caritas	71
Eine gewerkschaftsfreie Zone?	
Erhard Schleitzer	
Ein einmaliger Arbeitgeberverband	78
Der VdDD – die große graue Eminenz im Diakonischen Werk	
Friedhelm Hengsbach SJ	
»Wir glauben an Gott, gegen den Arbeitgeber Kirche streiken wir«	82
Sozialethische Anfragen zur Fortsetzung eines Dritten Weges	

Peter Renneberg	
Druck auf Kirche und Diakonie – eine besondere Kampagne	95
Erfahrungen mit Streiks in Gottes Häusern	
»Wir bestreiken nicht Gott, sondern Wirtschaftsunternehmen« ...	109
»Es wird uns niemand helfen, wenn wir es nicht selbst tun«	112
»Mutiges Auftreten«	115
»Ein Unding«	118
Oliver Dilcher	
Erschließungskonzept Haustarifverhandlungen	121
Bedingungsgebundene Tarifarbeit	
Corinna Gekeler	
Christlich-loyaler Lebenswandel als Dienstpflicht	130
Kirchliches Arbeitsrecht diskriminiert	
Norbert Feulner/Monika Neht/Klaus-Peter Spohn-Logé	
Dialog statt Konfrontation	142
Chancen zur Neubestimmung des kirchlichen Arbeitsrechts	
Bernhard Baumann-Czichon	
Grundrecht auf Mitbestimmung	154
Defizite der kirchlichen Betriebsverfassung am Beispiel der evangelischen Kirche	
Jens M. Schubert	
Streikrecht als Grundrechtsverwirklichung	171
Fünf Leitsätze	
Franz Segbers	
Kein Streikrecht in den Kirchen?	184
Der kompensatorischen Gehalt der Koalitionsfreiheit	
Anhang	
Beschluss ver.di Gewerkschaftskongress, September 2011	201
EKD: »Zehn Forderungen zur solidarischen Ausgestaltung des kirchlichen Arbeitsrecht«	204
Caritas: Grundordnung des kirchlichen Dienstes im Rahmen kirchlicher Arbeitsverhältnisse	206
Autor_innen	211

Frank Bsirske

Vorwort

Das Fundament des kirchlichen Sonderarbeitsrechts hat mächtige Risse bekommen. In der öffentlichen Wahrnehmung sowie in der medialen Berichterstattung gibt es mittlerweile vielschichtige Stimmen, die der arbeitsrechtlichen Sonderstellung der bundesdeutschen Kirchen wenig Positives abgewinnen können. Lediglich kirchennahe Juristen, konservative Politiker und natürlich die Spitzen der christlichen Kirchen halten tapfer an dem überkommenen Modell einer theologisch nicht zu begründenden Dienstgemeinschaft ohne Gewerkschaften als Tarifvertragspartner fest. Mitbestimmungsregeln, etwa wie im Betriebsverfassungsgesetz normiert, kennen kirchliche Regelungen nicht. Überkommene Loyalitätsregelungen mit freiheitseinschränkendem Charakter, besonders in katholischen Einrichtungen, empören immer wieder die Öffentlichkeit, wenn es denn diese erreicht.

Überhaupt, die Kritik an vordemokratischen, autoritären Verhältnissen in den Einrichtungen der christlichen Kirche mit ihren Wohlfahrtsverbänden Diakonie und Caritas reiht sich mittlerweile ein in diverse Ereignisse und Diskussionen zu tiefgehenden Problemlagen innerhalb der bundesdeutschen Amtskirchen. Beispielhaft sei hier nur die Entscheidung zweier katholischer Krankenhäuser genannt, einem Vergewaltigungsgesopfer die angemessene Hilfe zu verweigern.

Bekannt ist mittlerweile auch der Sachverhalt, dass besonders die Betriebe und großen Unternehmen der Diakonie und Caritas zu fast einhundert Prozent aus Steuermitteln finanziert werden. Es ist deshalb von großer Bedeutung, wenn das Bundesarbeitsgericht (BAG) in seiner Entscheidung vom 20. November 2012 zum Streikrecht bei kirchlichen Einrichtungen der Gewerkschaft ver.di nach Artikel 9 Abs. 3 Grundgesetz innerhalb der Kirchen ein autonomes Betätigungsrecht zugesprochen hat. Die schriftliche Begründung, die bei Redaktionsschluss dieses Buches noch nicht vorlag, wird sicher präziser formulieren, wie sich zukünftig das juristische Verhältnis zwischen dem Selbstverwaltungs- und Selbstordnungsrecht und den Rechten der Gewerkschaften nach Ansicht des BAG ausgestalten sollte. In dem vom BAG zu entscheidenden Fällen wurde jedenfalls ver.di eine Streikberechtigung zuerkannt.

und den Streik zuzulassen, sind sozialetisch zwingend. Denn das römisch-katholische Kirchenrecht schreibt bloß vor, dass staatliche Gesetze nur dann nicht auf kirchliche Arbeitsverhältnisse anzuwenden sind, wenn sie den Grundsätzen der christlichen Sozialverkündigung widersprechen. Kirchen und caritative Einrichtungen in anderen westlichen Ländern nehmen unbefangen das kollektive staatliche Arbeitsrecht in Anspruch, wenn sie sich der Privatautonomie bedienen. Und manche evangelische Kirchen in Deutschland schließen mit Gewerkschaften Tarifverträge ab, ohne durch Berührungsängste daran gehindert zu werden. Auf einem so genannten Dritten Weg, der nicht demokratiekonform ist, verlieren die Kirchen ihre Glaubwürdigkeit. Christen, die an den unsichtbaren Gott glauben, bezeugen ihn dadurch, dass sie sichtbar gerechte Arbeitsverhältnisse schaffen.

Peter Renneberg

Druck auf Kirche und Diakonie – eine besondere Kampagne

Gut 40.000 Beschäftigte in etwa 250 Einrichtungen, repräsentiert durch ca. 120 MAV-Gremien und koordiniert von rund 20 Kampagnenratsmitgliedern – mit dem Auftrag den Ausstieg aus dem Dritten Weg und den Einstieg in das Tarifsysteem nach Tarifvertragsgesetz mit Verhandlungen zwischen gewerkschaftlichen Tarifkommissionen und Arbeitgeber(-verbänden) einzuleiten. Schnell war klar, dass nicht die Kriterien und Erfahrungen »normaler« Tarifbewegungen Maßstab für diese Kampagne sein können.

Ein diakonieinterner Bericht als »Auszeichnung«

Der Diakonie Bundesverband erhielt im September 2011 von einem Experten für Krisenkommunikation eine Reihe von Handlungsempfehlungen. Diese bezogen sich auf die »programmatische Kampagne« der Gewerkschaft ver.di mit dem Ziel »einer Abschaffung des Dritten Weges und damit der arbeitsrechtlichen Sonderstellung von Einrichtungen der Diakonie und der Caritas«. Spätestens damit erhielt die Kampagne in der Diakonie ihre »Auszeichnung« und die Bestätigung, dass die Aktivitäten in Niedersachsen in die richtige Richtung gingen. Die Arbeit wurde als geplante Vorgehensweise wahrgenommen. Und nicht nur das, denn die empfohlenen »Kommunikationsziele« der Handlungsempfehlungen an den Diakonie Bundesverband lauteten: »1. Den aufkommenden öffentlichen Diskurs schnellstmöglich zu deeskalieren, 2. Das Vertrauen der Politik in die Handlungsfähigkeit und Ausgestaltung des Selbstordnungsrechtes zu bewahren, 3. Imageverluste diakonischer Einrichtungen zu vermeiden.« Das war eine Bestätigung dafür, dass die Aktivitäten tatsächlichen Druck auf die Gegenseite entfalteten. Und das war ein Hauptanliegen der Kampagne »Diakonie ver.dient Tarifverträge«.

Die Rahmenbedingungen

Der ORKA Beraterkreis¹ vereint viele Jahre Praxiserfahrung mit gewerkschaftlichen Kampagnen, aber die quantitative Dimension *und* der qualitative Auftrag der Diakonie-Kampagne war Neuland. Im Spätsommer 2010 meldete sich Annette Klausung vom ver.di Landesbezirk Fachbereich Gesundheit, Soziale Dienste, Wohlfahrt und Kirchen als zuständige Gewerkschaftssekretärin und nach ersten Gesprächen mit großen Teilen des AG MAV Vorstands (Arbeitsgemeinschaften der Mitarbeitervertretungen in den Diakonischen Werken in Niedersachsen, an dessen Spitze zu der Zeit Manfred Freyermuth stand, dem später Lothar Germer folgte), war die Bereitschaft da, diese Aufgabe als gewerkschaftliche, strategische Kampagne mit ORKA anzugehen. Federführend für die Planung und Durchführung war fortan der gut 20köpfige Kampagnenrat, der sich aus Mitgliedern des AG MAV-Vorstands, teils einzelnen MAV-Mitgliedern, der oben genannten ver.di Verantwortlichen des Landesbezirks und dem ORKA Kampagnenberater sowie zeitweise ver.di BezirkssekretärInnen zusammensetzte.

Eine Kampagne für mindestens drei unterschiedliche Zwecke?

Unter Diakonie in Niedersachsen werden die diakonischen Werke der fünf evangelischen Landeskirchen Braunschweig, Hannover, Oldenburg, Leer und Schaumburg-Lippe verstanden. Als Arbeitgeber ist die Diakonie Niedersachsen vor allem in den Bereichen Alleinerziehende, Altenhilfe und ambulante Pflege, Behindertenhilfe, diakonische Schulen, Familienhilfe, Jugendhilfe, Krankenhäuser, Suchtkrankenhilfe, Tageseinrichtungen für Kinder und Wohnungs-/Existenzsicherung tätig. Diese Vielfalt der Tätigkeitsfelder beinhaltet viele verschiedene Personen- und Berufsgruppen. Unter diesen sehr heterogenen Bedingungen musste die Kampagne inhaltlich auf mehreren Ebenen wirken, wenn eine Verankerung und Mobilisierung der Beschäftigten Aussicht auf Erfolg haben wollte. Sie musste

- authentisch sein, das heißt aus der Diakonie kommen, von dort Beschäftigten getragen und für dort Beschäftigte konzipiert sein,

¹ ORKA ist ein bundesweit agierender Beraterkreis mit derzeit neun Mitgliedern und ist zu erreichen unter www.orka-web.de. An dieser Stelle sei Georg Wissmeier und Ulrich Wohland für ihre Hinweise gedankt.

- einfach zu verstehen sein (nicht wegen der Unterschiedlichkeit der Beschäftigten, sondern wegen der Komplexität des Themas),
- eine klare Botschaft beinhalten,
- konkrete Forderungen transportieren,
- zeitlich überschaubar sein,
- einen emotionalen Anknüpfungspunkt bieten (das Gefühl von Ungerechtigkeit, Unverständnis und Wut, Ärger, Zorn sollte durchaus angesprochen werden),
- personalisiert werden können (wer sind die Entscheidungspersonen?),
- das Interesse der Öffentlichkeit und der Medien wecken,
- das Ziel musste tatsächlich erreichbar sein
- und nicht zuletzt war wichtig, dass die Aktiven Spaß an der Kampagne haben.

Vor diesem Hintergrund wurde eine landesweite, integrierte Kampagne mit mehreren dezentralen Aktivitätszentren und gemeinsamen Aktionen bzw. -wochen mit zentraler Steuerung und Koordinierung geplant. Integrierte Kampagne bezeichnet die parallele Anwendung unterschiedlicher Kampagnentypen für verschiedene Zwecke. Konkret handelte es sich dabei um Elemente von Organisierungskampagnen, Mobilisierungskampagnen und Druckkampagnen. Die Organisierungskampagne zielt auf den Auf- bzw. Ausbau gewerkschaftlicher Stärke in den Einrichtungen und bietet vor allem ein systematisches Handwerkszeug zu deren Erschließung. Die Mobilisierungskampagne erhöht die Handlungs- und Durchsetzungsfähigkeit insbesondere bei Tarifbewegungen.

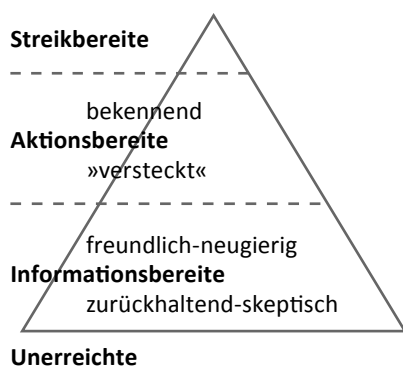
In vielen kleinen und großen Aktionen wird Gewerkschaft als Kraft in den Einrichtungen spürbar und erlebbar. Die Druckkampagne schließlich übt wirtschaftlichen und öffentlichen Druck auf den Gegenüber aus und stellt in der Regel einen Arbeitskampf mit anderen Mitteln als Streik dar. Der Streik als klassische Arbeitskampfform der Gewerkschaften vervollständigte das Druckpotenzial. Wobei landesweit *eine* Mobilisierungskampagne mit unterschiedlicher Intensität den roten Faden und Zusammenhalt schaffte, in den Aktivitätszentren Druckkampagnen angewandt wurden und Elemente von Organisierungskampagnen immer wieder je nach Situation, Tätigkeitsfeld und Einrichtung zum Tragen kamen.

Bevor Druck aufgebaut werden konnte, galt es mit der Mobilisierung die Aktionsbereitschaft der Beschäftigten auszuloten. Dafür dif-

ferenziert die Mobilisierungskampagne die Bereitschaft der Beschäftigten in

1. streikbereite,
2. aktionsbereite,
3. informationsbereite und bislang
4. unerreichte Beschäftigte.

Wobei die Aktionsbereitschaft sich wiederum in »bekenkende« und »versteckte« und die Informationsbereitschaft die »freundlich – neugierig« und »zurückhaltend – skeptisch« ausdifferenzieren lässt. »Bekennend« meint die offensichtliche Unterstützung der Forderungen zum Beispiel durch das Tragen eines Buttons. »Versteckt« beschreibt die Unterstützung der Forderung mit der Möglichkeit, sich nicht zwangsläufig dazu anderen gegenüber erklären zu müssen. Dazu zählen Aktionen wie die biometrische Unterschrift (Daumenabdruck), Tag des roten Kleidungsstücks (»Reiner Zufall, dass ich heute was Rotes anhabe«) oder das »Fünf vor Zwölf« klingeln, summen, hupen, brummen lassen. Die Differenzierung der Informationsbereitschaft in »freundlich – neugierig« und »zurückhaltend – skeptisch« hilft, eine gezielte Ansprache zu wählen. Zudem galt es die unbekannte Größe der bisher Unerreichten systematisch an zu gehen.



Als Faustformel gilt, dass die Aktionen so niedrigschwellig anzusetzen sind, dass möglichst viele Kolleg_innen den Mut und die Bereitschaft zeigen, sich zu beteiligen. Im Kampagnenverlauf werden die Aktionen in einer bestimmten Dramaturgie gesteigert. Die Vorstellung ist, dass Beschäftigte durch die Mobilisierung auf ihrer jeweiligen Ebene angesprochen und »abgeholt« werden,

um die jeweils nächsthöhere Ebene zu erreichen. Und sich die Bereitschaft-Pyramide von einem Dreieck in ein Rechteck wandelt.

Mit dem Slogan »Diakonie *ver.dient* Tarifverträge«, Aktionstagen im März und April ersten Kurzstreiks und dem Rückzug der Mitarbeitervertretungen aus der Arbeitsrechtlichen Kommission (ARK) im Mai 2011, die in der Diakonie für Arbeitsrecht und Arbeitsbedingungen zuständig

sind, begann der »öffentliche« Teil der Kampagne (siehe auch Abb.3 am Ende).

Die fünf Kampagnenphasen und ihre wesentlichen Merkmale

Unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Kampagnentypen und deren Zwecke wurde die Gesamtkampagne in fünf Phasen gegliedert, die hier im Einzelnen und näher beschrieben werden:

- Erste Phase: Information und Rückversicherung,
- Zweite Phase: Mobilisierung,
- Dritte Phase: Druckaufbau,
- Vierte Phase: Arbeitskampf,
- Fünfte Phase: Eskalationsstrategie.

Erste Phase: Information und Rückversicherung – Fragebögen, Faktenblätter und Mitgliederaktivierung

Im November, Dezember 2010 startete ver.di eine großangelegte Fragebogenaktion zur Arbeitssituation, tarifpolitischen Forderungen und zur Bereitschaft, sich aktiv an entsprechenden Aktionen zu beteiligen. Der hohe Rücklauf von gut 5.000 Fragebögen mit deutlicher Mehrheit für eine aktive Herangehensweise bestärkte den Kampagnenrat in der Auffassung, dass es nicht nur Zeit sei, sondern auch tatsächlich möglich ist, auf Kirche und Diakonie auch »von innen« ein zu wirken. Die Komplexität des Themas, insbesondere die Unterscheidung von Drittem Weg und tarifautonomen Verhandlungen, wurde in so genannten Faktenblättern erklärt. Ohne gewerkschaftstypische Forderungen und Formulierungen stellt ein Faktenblatt einen Sachverhalt, Zusammenhänge, Daten und Fakten vor und setzt dabei auf die eigene Urteilsfähigkeit der Lesenden. Es richtet sich jedoch nicht nur an Beschäftigte, sondern auch an eine interessierte Öffentlichkeit und wurde z.B. auch von der Presse genutzt, um die besondere Arbeitsrechtkonstellation in der Diakonie zu erklären. Die Faktenblätter hatten in der Folge einen hohen Stellenwert in der Kommunikationsstrategie der Kampagne. Die Ansprache und aktive Einbeziehung der ver.di-Mitglieder war ein weiterer Baustein zur erfolgreichen Ausgestaltung der Kampagne. Der Anteil der Beschäftigten, die sich aktiv beteiligen würden, müsste unter denen, die ver.di-Mitglieder sind höher sein, als bei denen ohne Gewerkschaftsmitgliedschaft. Auf diese einfache Logik setzend, zielten diverse

Aktivitäten darauf ab, für den Zeitraum der Kampagne gewerkschaftliche Aktive zu gewinnen. Zudem bildeten sie eine Art »Barometerfunktion«. Wenn bereits die ver.di-Mitglieder mehrheitlich bei bestimmten Aktionen zurückschrecken würden, wären diese für die nicht – gewerkschaftlichen Beschäftigten sicherlich zu kräftig. Und umgekehrt, wo Mitglieder mit nahezu frecher Freude mitmachen, sollten möglichst viele Beschäftigte teilhaben können.

Zweite Phase: Mobilisierung – »Versteckte« und bekennende Aktionen

Das Kernanliegen der Mobilisierung ist, Gewerkschaft als Kraft in den Einrichtungen und unterschiedlichen Hilfefeldern spürbar und erlebbar zu machen. Zu diesem Zeitpunkt war zumindest in der Mehrheit der Einrichtungen (noch) nicht daran gelegen, Druck aufzubauen, zumal dies bei einem großen Teil der Beschäftigten ohne inhaltliche Überzeugungsarbeit und örtlicher Präsenz auch nicht gelungen wäre. Die Mobilisierungsphase war ein gewollter sowie notwendiger »Zwischenschritt« auf dem Weg zu mehr Mächtigkeit und Durchsetzungsstärke. Mit einem »mensenrechtlichen« Argumentationsstrang sollte unabhängig von der wirtschaftlichen Berechtigung der Forderung eine emotionale Begründung die Forderung nach dem Ausstieg aus dem dritten Weg unterstützen.

Exkurs: Wertschöpfung statt Wertschätzung und Wirtschaftlichkeit schlägt Menschlichkeit

Wie bereits erwähnt, war es für die Kampagne wichtig, nicht »nur« eine finanzielle Begründung für Tarifverträge in der Diakonie zu haben. Das Argument »x Prozent mehr Entgelt« alleine war für viele Beschäftigte wenig aktivierend. Gleichgewichtig zur ökonomischen Begründung unterstützt ein menschenrechtlicher, emotionaler Anknüpfungspunkt die Mobilisierung. Es geht in der Diakonie sehr stark um Würde, Anerkennung, Respekt. Und das gegenüber den Beschäftigten sowie auch gegenüber den Patienten, Bewohnern, Kunden usw. In immer mehr Einrichtungen hat ständig wachsende Leistungsverdichtung und zunehmender Kostendruck, der mittels Budgetierungseinheiten, Kostenstellenrechnungen usw. an die Be-

schäftigten weiter gegeben wird, den eigentlichen Kerngedanken, nämlich Menschen zu heilen, helfen und pflegen immer mehr in den Hintergrund treten lassen. Diakonie wird zunehmend zu einem »normalen« privatwirtschaftlichen Unternehmen, der ursprüngliche Anspruch christlicher Soziallehre fällt betriebswirtschaftlichen Kennziffern zum Opfer. Wertschöpfung statt Wertschätzung und Wirtschaftlichkeit schlägt Menschlichkeit. Aus vielen Gesprächen und nicht zuletzt aus der Fragebogenaktion war bekannt, dass viele Beschäftigte, denen diese Ideale wichtig sind, unter diesen Arbeitsbedingungen immer mehr leiden. Diese Veränderungen in der Diakonie (u.a. auch in Form von Leiharbeitsfirmen) wurden immer wieder zum Gegenstand der Auseinandersetzung gemacht. Der öffentliche Druck, der dadurch entstand, war so immens, dass in den bereits zu Anfang genannten diakonieinternen Handlungsempfehlungen »folgende Argumentationslogik« empfohlen wird: »2. Arbeitsbedingungen werden nicht verschlechtert, sondern unter den aktuellen Bedingungen des Gesundheits- und Sozialsystems leistungsgerecht neu strukturiert« und »5. Grundsätzlich nicht Ausgründungen etc. mit fiskalischen Zwängen etc. rechtfertigen: Eine solche Argumentation würde die These der Gegenseite bestätigen, dass die Diakonie wie ein beliebiges Wirtschaftsunternehmen auf den Wettbewerb reagiere und der Dritte Weg nicht mehr realisierbar sei.« Gerade für die mediale Unterstützung der Kampagne war dieser Aspekt veränderter Arbeitsbedingungen von großer Bedeutung und erzeugte neben Imageschaden für die Diakonie auch Rechtfertigungsdruck.

Ein eigens angelegter Aktionsreader mit beispielhaften und exemplarischen Aktionen sowie eine Stichwortsammlung mit über 300 Aktionsideen ermöglichten eine derartige Vielfalt an Aktionen, dass es unmöglich ist, sie hier alle vorzustellen. Neben den bereits in der Bereitschaft-Pyramide erwähnten Aktionen seien hier noch Gespensteraufzüge, Singwettbewerbe, Zuckerschiffchen, Bettlermärsche, Stückvom-Kuchen Treffen, öffentliche Versteigerungen von Pflegekräften, organisierte Besuche von Freunden, Postkarten-Marathon (gut drei Monate lang war an jedem Werktag eine andere Einrichtung für die

Versendung von Aktionspostkarten zuständig) und Masken-Mahnwachen erwähnt.

Dritte Phase: Druckaufbau – Zentrale Aktionstage, Aufbau sozialer Netzwerke, öffentliche Herausforderungen

Bei aller Unterschiedlichkeit der Aktionen und deren Verankerung in den jeweiligen Einrichtungen gelang es mit zentralen Aktionstagen bzw. -wochen einen Gleichklang der Gesamtkampagne herzustellen. Die Faustregel für die landesweiten Aktionstage lautete: Jede Region, jeder Bezirk, jede Einrichtung trägt das bei, was ihr möglich ist. Dabei ist im Kampagnensinn und mit der Bereitschaft-Pyramide jeweils ein höheres Niveau der Aktionen an zu streben. So konnten streikende Einrichtungen, aktive Mittagspause-Einrichtungen und Flugblattverteil-Einrichtungen gut gleichzeitig und nebeneinander aktiv sein.

Sammlung Sozialer Netzwerke

Dazu trugen auch der Aufbau und die Aktivierung von sozialen Netzwerken bei. Soziale Netzwerke erweitern den Kreis der aktiv in das Geschehen Eingreifenden um Einzelpersonen, Personengruppen, Vereine, Verbände, Gruppierungen, Institutionen, Organisationen etc., die üblicherweise nicht direkt mit dem eigentlichen Konflikt in Verbindung gebracht werden, die aber entweder durch persönliche Kontakte der Betroffenen oder aus sozialen, politischen, moralischen Gründen als Unterstützende in der Kampagne aktiv werden. Eine erste groß angelegte Sammlung für ein Soziales Netzwerk erfolgte im April 2011 in Hannover. Nach Regionen aufgeteilt saßen ver.di-Aktive und MAV-Vertreter_innen zusammen, entwarfen ihr Soziales Netzwerk und forderten später deren konkrete Unterstützung ein. Fortan meldeten sich unter anderem VW-Vertrauensleutekörper und VW-Betriebsräte unterschiedlicher Standorte, die CDU Hann. Münden, SPD-Landtagsabgeordnete, die LINKE-Fraktion im Land- und Bundestag, der KDA und BR der AWO in der Kampagne zu Wort.

Öffentlichen Rechtfertigungsdruck auf die Diakonie erzeugten überdies Veranstaltungen, die zwar nicht von ver.di verantwortet, oft aber durch ver.di initiiert waren. Thematisiert im wissenschaftlichen Kontext grundgesetzlicher, arbeitsrechtlicher, betriebswirtschaftlicher oder industriesoziologischer Ausrichtung und von Kooperationsstellen DGB

und Hochschulen oder über die Hans-Böckler-Stiftung veranstaltet, waren Repräsentanten von Kirche und Diakonie aufgefordert, öffentlich »Farbe« zu bekennen. Beispielhaft sei der Diskussionsabend »Wohlfahrt unter Druck« am 27. September 2011 an der TU Braunschweig aufgeführt, welcher örtliche Repräsentanten von Diakonie, Sozialeinrichtungen, gewerkschaftlichen MAVen sowie Wissenschaft zusammenbrachte und den Arbeitsbedingungen gewidmet war.

Vierte Phase: Arbeitskampf – (Kurz-) Streiks, betrieblicher und öffentlicher Druck

Grundsätzlich gilt mit Streiks verantwortungsbewusst umzugehen. Zumal in der Diakonie noch das Damoklesschwert des Verbots des Streiks in kirchlichen Einrichtungen unsere Kampagne erschwerte (siehe Exkurs »Das BAG Urteil« weiter unten und weitere Beiträge in diesem Buch). Es war von Beginn an klar, dass ver.di nur in gut einer Handvoll Einrichtungen zu Beginn der Kampagne tatsächlich streikfähig ist. Es galt also die Streiks terminlich und die Streikeinrichtungen örtlich nach Möglichkeit so in den Kampagnenverlauf zu integrieren, dass eine »Strahlkraft« auf andere Einrichtungen von ihnen ausgeht und dass sie in die Gesamtdramaturgie passen. Sie sollten also keineswegs das letzte Mittel der Auseinandersetzung sein, vielmehr mussten jenseits der Streiks noch Steigerungsmöglichkeiten in Sachen Druck auf die Gegenseite möglich sein.

In der Folge war der Kampagnenrat von der Beteiligung und der Intensität der ersten Streiks positiv überrascht. Dazu trug bei, dass die Streikstrategie variiert wurde. So wurde zum Beispiel der Streikaufruf bewusst in und über die Zeit der üblichen Mittagspause gelegt und die Streikversammlung an einem öffentlichen Ort mit zeitgleicher Verköstigung (z.B. ver.di-Suppenküchen und -Wurststände) gelegt. Es blieb offen bzw. es war freigestellt, ob die Beschäftigten tatsächlich streikten oder ob sie »nur« ihre Mittagspause nutzen, um den gewerkschaftlichen Imbiss einzunehmen. So entstand ein Bild von vielen Kolleg_innen auf der Straße am ver.di-Stand, das Mut macht und motiviert. Die bereits in der dritten Phase erwähnten Aktionen und Veranstaltungen, die vor allem öffentlichen Druck entfachen und mediales Aufsehen und Interesse wecken sollten, wurden intensiviert und verstärkt. Insbesondere das überregionale, teils bundesweite Interesse öffentlich-rechtlicher

Sendeanstalten war groß und wirkte aufbauend. Trotz intensiven betrieblichen und öffentlichen Drucks war teilweise auch Umsicht und Zurückhaltung gefragt, denn es war klar, dass starker Gesichtsverlust Kirchen- und Diakonieseits spätere Verhandlungen deutlich schwieriger machen wird.

Exkurs: Das BAG Urteil vom 20. November 2012 und die Folgen für die Kampagne

Zu Beginn der Kampagne war noch ein anderer Zeithorizont der BAG Entscheidung im Gespräch, (April, Mai 2012) und der November 2012 in weiter Ferne. Trotzdem bestimmte das mögliche Ergebnis des Urteils immer wieder die Diskussionen im Kampagnenrat. Die teils kontroversen Einschätzungen warfen früh ein Licht darauf, welche Tragweite die Entscheidung haben würde. Kampagnenstrategisch lagen zwei Vorgehensweisen nahe: Entweder laufen unsere Aktionen auf dieses Datum zu oder wir versuchen unbeeindruckt von diesem »Großereignis« unseren Weg zu gehen. Letztendlich ließen wir uns von zwei Vorstellungen leiten. Erstens: Unabhängig davon, wie das BAG entscheidet, bleibt unsere Forderung nach Tarifverträgen für die Diakonie richtig. Und: Es geht nicht darum, was wir dürfen, sondern darum, was wir wollen. Damit war klar, dass wir in relativer Unabhängigkeit vom Urteil unsere Vorgehensweise beibehalten. Das Starren und Abwarten auf das BAG-Urteil hätte Dynamik und Energie genommen und das Geschehen in ein Feld verlagert, in dem nicht mehr wir das Geschehen bestimmen, agieren und gegebenenfalls reagieren können, sondern in dem wir überwiegend zur Passivität gezwungen wären.

Die aufbauende Wechselwirkung von öffentlichen Interesse und Berichterstattung auf betriebliche Motivation und Aktionen der Beschäftigten hingegen wurde durch intensive Hinweise auf die Medienberichte in den Einrichtungen forciert. Ein eigener Link für die Presse auf der AG MAV Homepage² und gute ver.di-Öffentlichkeitsarbeit unterstützte den »kurzen Draht« zu den Medien.

² <http://www.ag-mav.de/cweb/home/index.html>

Fünfte Phase: Eskalationsstrategie – Streik, Blitze, Skandalisierung

Das Konzept der 1.000 Nadelstiche einer Druckkampagne wird mit einem eskalierenden Spannungsbogen (siehe Abb. 3) geplant. Wie bereits beschrieben waren Streiks *ein* Bestandteil dieser Vorgehensweise. Die Wirksamkeit des Drucks auf den Gegenüber liegt in der Vielfältigkeit und Anordnung der Aktionen. Zu dieser Eskalationsstrategie gehört idealerweise der anwachsende bzw. später wechselnde Druck auf den Ebenen Einrichtung–Einrichtung/Öffentlichkeit–Öffentlichkeit. Der grundlegende betriebliche Druck durch die Beschäftigten wird gesteigert durch Aktionen im öffentlichen Raum direkt in und um die jeweilige Einrichtung und noch weiter erhöht durch »große« und mediale Öffentlichkeit. In die Schnittstelle Einrichtung/Öffentlichkeit (mit einer größeren Tendenz zur Einrichtung) zielen so genannte Blitze. Blitze bezeichnen eine Aktion bei der in relativ kurzer, festgelegter Zeit von möglichst vielen gewerkschaftlichen Aktiven, mit möglichst vielen Beschäftigten Kurzgespräche (oftmals als Interview) geführt werden. Diese Vorgehensweise eignet sich u.a. hervorragend, um erstens ein Stimmungsbild in der jeweiligen Einrichtung zu bekommen, zweitens um Kontakte her zu stellen, drittens um Präsenz zu zeigen, viertens um Arbeitgeber zu verunsichern und schließlich um Leitungen »freundlich« unter Druck zu setzen. Die Wirkung auf Letzteren lässt sich sehr anschaulich in der folgenden Mail lesen:

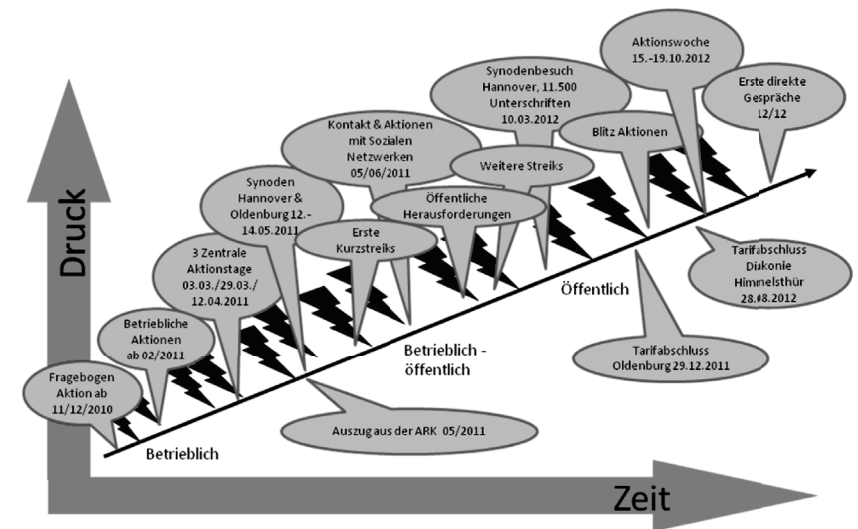
»Hallo A.,
bei uns haben die Blitzaktionen »Nachwehen«, das ist gut. Während Herr X. es sachlich nimmt, reagiert Frau Y. zum ersten Mal, seit wir sie kennen, auf der emotionalen Schiene. Bislang sind wir immer gegen eine Gummiwand gerannt. Jetzt rennt sie gegen die Gummiwand. Das nervt sie richtig... Die Geschäftsführung hat sich verbeten, dass in unseren Einrichtungen Blitzaktionen von ver.di stattfinden. Wir hatten von den Aktionen keine Ahnung, wann sie umgesetzt werden und haben auch klargestellt, dass wir als MAV nicht dafür zuständig sind, sie über ver.di Aktionen in Kenntnis zu setzen. Ich werde mit Z abklären, wann die nächste Aktion bei uns laufen kann... | LG | PS: Wir werten das Verhalten der Geschäftsführung als Erfolg, wir sind da ganz unaufgeregt...«

Überall wo mit Blitzen gearbeitet wurde, waren die Reaktionen überwältigend positiv, nur ein Bruchteil stand der Aktion ablehnend gegenüber.

Eine Mischung aus Personalisierung und Skandalisierung wohnte der Kontaktierung der Synodalen und den Besuchen verschiedener Synoden bei. Den Höhepunkt bildete ein Besuch der Vertreter_innen des Kirchenparlaments bei der niedersächsischen Landessynode am 10. März 2012 in Hannover. Gut 1.500 Teilnehmende (Diakonie-Beschäftigten aus ganz Niedersachsen, teilweise mit Ortsschildern bzw. Einrichtungsnamen) mit fast 12.000 Unterschriften besuchten die Synodalen am Tagungsort, um die Unterschriften zu übergeben und auf ihr Anliegen aufmerksam zu machen. Die offen gezeigte abweisende Haltung bzw. Ignoranz vieler Synodalen erzürnte viele Teilnehmende; als dann bekannt wurde, dass zumindest ein Teil der Synodalen die Protestierenden nicht für Diakonie-Beschäftigte, sondern für berufsmäßige »Störenfriede« hielt, ging der Zorn vieler Beschäftigter in Wut über und eine Umzingelung oder intensive Störung der Tagung wurden diskutiert (und verworfen). Wie ein Lauffeuer verbreitete sich in den nächsten Tagen dieses Geschehen in den Einrichtungen und aus der Wut der 1.500 beteiligten Beschäftigten wurde eine vielfache Empörung, die vielerorts die Kampagne nochmals beflügelte.

Am 28. August 2012 wurde mit der Diakonie Himmelsthür nach dem erstreikten Tarifvertrag vom 29. Dezember 2011 in Oldenburg ein zweites Tarifwerk im Bereich der Diakonie Niedersachsen abgeschlossen. Die heftige diakonieinterne Reaktion auf diesen zweiten »Abweichler« ließ erahnen, wie groß der Druck dort sein musste. Um die Kampagne nochmals zuzuspitzen, wurden verstärkte Aktionen in ausgewählten Regionen bzw. Einrichtungen geplant und somit der Druck auf die Entscheidungspersonen, vor allem im Diakonie Arbeitgeberlager erhöht. In der Zeit vom 15.-19. Oktober 2012 fand eine weitere Aktionswoche statt, in der das gesamte Repertoire der Kampagnenarbeit in die Waagschale geworfen wurde und eine weitere Steigerung des Aktionsniveaus und des Drucks erreicht wurde.

Der eskalierende Spannungsbogen



Die Abb. 2 veranschaulicht die Denk- und Vorgehensweise einer strategischen Kampagne. Die eskalierenden Aktionen auf der Druckebene und die Abfolge der fünf Phasen im Zeitstrahl. Der gerade aufstrebende Pfeil im Druck-Zeit-Gefüge stellte in der Realität eine Schlangenlinie dar, denn natürlich gab es diverse Auf und Ab in der Kampagne. Zwischen Beginn im Dezember 2010 und den ersten direkten Gesprächen im Dezember 2012 liegen 24 Monate. Eigentlich viel zu lange für eine strategische Kampagne. Aber es war ja auch eine in vielerlei Hinsicht besondere Kampagne.

Nachtrag

Es ist der 29. Januar 2013. Ich sitze mit Annette Klasing kurz vor 20:00 Uhr im Zug Richtung Hannover auf der Rückreise aus Oldenburg, wo soeben ein Treffen von ver.di zur aktuellen Situation in der Diakonie Niedersachsen stattgefunden hat (wie sie derzeit übrigens in vielen Orten stattfinden). Das Treffen war so gut besucht, wie schon länger keines mehr, erzählt Andre Hinrichs, der örtliche Gewerkschaftssekretär. Zuvor hatte Annette Klasing berichtet, dass es seit Dezember 2012 direkte Gespräche zwischen ver.di und Diakonie-Arbeitgebern gibt, dass eine Prozessvereinbarung mit dem Ziel »kirchengemäßer Tarifvertrag« ver-

handelt wird, dass weitere Gesprächstermine fest terminiert sind und das es im nächsten Schritt um konkrete Forderungen für die dann anstehende Entgelttarifrunde gehen wird.

Nahezu allen Anwesenden ist anzumerken, dass ihnen die Dimension dieser Mitteilungen bewusst ist. Mit einer Mischung aus Ungläubigkeit, Stolz, Interesse und Erwartung sitzen sie dabei. Klar ist aber auch, je konkreter dezentrale Tarifverhandlungen werden, desto mehr sind wieder die Beschäftigten gefragt. Ich stelle in aller Kürze Grundelemente der gewerkschaftlichen Kampagnenarbeit vor, spreche davon, dass Leitungen und Geschäftsführungen spüren müssen, dass die Forderungen in den Belegschaften verankert sind, dass wir in der Lage sein müssen Druck aufzubauen. Aber das scheint hier sowieso allen klar zu sein und so wird schnell ein neuer Termin zur konkreten Planung der nächsten Schritte vereinbart.

Erfahrungen mit Streiks in Gottes Häusern

Aktivitäten und Streiks gab es nicht nur an den im vorherigen Beitrag geschilderten Orten, wie die folgenden Interviews mit ver.di Aktivisten zu ihren Streikerfahrungen deutlich machen, die zuerst im ver.di Kircheninfo Nr. 19 veröffentlicht wurden. Sie wurden allesamt vor der Entscheidung des Bundesarbeitsgericht (BAG) zum Streikrecht für kirchliche Beschäftigte am 20. November 2012 geführt. Deutlich sprechen die Kollegen aus, was auch nach dem Richterspruch gilt: Es wird uns niemand helfen, wenn wir es nicht selbst tun.

»Wir bestreiken nicht Gott, sondern Wirtschaftsunternehmen«

Uwe Demitz, Krankenpfleger intensiv und Geschäftsführer der Mitarbeitervertretung der Diakonischen Dienste Hannover.

Ihr habt insgesamt fünf Mal gestreikt, im September 2011, dann im Januar, Februar, April und Juli 2012. Was hat's gebracht?

Die Streiks waren ein absolutes Novum in der niedersächsischen Diakonie. Und sie haben uns erst einmal die Erfahrung gebracht, dass man in der Diakonie überhaupt streiken kann. Es gab keine arbeitsrechtlichen Sanktionen des Arbeitgebers, obwohl er das im Vorfeld immer wieder angedroht hatte. Das hat unser Selbstbewusstsein als Belegschaft ungemein gestärkt.

Wie viele haben sich an den Aktionen beteiligt?

Wir haben insgesamt fünf Standorte in Niedersachsen, gestreikt wurde hauptsächlich an den drei Krankenhäusern in Hannover. Da waren wir etwa 200 Leute. Wir haben aber auch zu »Aktiven Mittagspausen« aufgerufen, gerade für jene, die sich zu einem Streik nicht entschließen konnten. Da sind bis zu 400 Leute mit auf die Straße gekommen und haben sich solidarisch erklärt.

Womit konntet ihr während der Streiks am meisten punkten?

Zum einen: Wir haben die Solidarität zwischen den Ärzt_innen und der Pflege gehalten. Wir haben ein Streikbündnis zwischen dem Mar-

Artikel 9 Fort- und Weiterbildung

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben Anspruch auf berufliche Fort- und Weiterbildung. Diese umfassen die fachlichen Erfordernisse, aber genauso die ethischen und religiösen Aspekte des Dienstes. Hierbei müssen auch Fragen des Glaubens und der Wertorientierung sowie die Bewältigung der spezifischen Belastungen der einzelnen Dienste angemessen berücksichtigt werden.

Artikel 10 Gerichtlicher Rechtsschutz

1. Soweit die Arbeitsverhältnisse kirchlicher Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dem staatlichen Arbeitsrecht unterliegen, sind die staatlichen Arbeitsgerichte für den gerichtlichen Rechtsschutz zuständig.
2. Für Rechtsstreitigkeiten auf den Gebieten der kirchlichen Ordnungen für ein Arbeitsvertrags- und des Mitarbeitervertretungsrechtes werden für den gerichtlichen Rechtsschutz unabhängige kirchliche Gerichte gebildet.
3. Richter sind von Weisungen unabhängig und nur an das kirchliche und staatliche Gesetz und Recht gebunden. Zum Richter kann berufen werden, wer katholisch ist und nicht durch kirchenbehördliche Entscheidung in der Ausübung der allen Kirchenmitgliedern zustehenden Rechte behindert ist sowie die Gewähr dafür besitzt, dass er jederzeit für das kirchliche Gemeinwohl eintritt. Ferner muss er die zur Rechtsprechung erforderliche Qualifikation haben.

Autor_innen

Bernhard Baumann-Czichon, ist Rechtsanwalt in Bremen, Herausgeber und verantwortlicher Redakteur von »Arbeitsrecht und Kirche«, stellvertretendes Mitglied der Arbeitsrechtlichen Kommission der Evangelischen Kirche in Deutschland.

Frank Bsirske ist Vorsitzender der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft ver.di.

Uwe Demitz, Krankenpfleger intensiv und Geschäftsführer der Mitarbeitervertretung der Diakonischen Dienste Hannover.

Oliver Dilcher, Dr., ver.di Gewerkschaftssekretär im Fachbereich Gesundheit, Soziale Dienste, Wohlfahrt und Kirchen.

Norbert Feulner, Sozialsekretär beim Kirchlichen Dienst in der Arbeitswelt (KDA) der Evang.-Luth. Kirche in Bayern, zuständig für Öffentlichkeitsarbeit, Mitglied in der Fachkommission Kirchen, Diakonie und Caritas bei ver.di Bayern.

Corinna Gekeler, Dipl. Pol., arbeitet als freiberufliche Publizistin, Redakteurin, PR- und Kommunikationsberaterin in Berlin. Sie ist Medienpreisträgerin der Deutschen AIDS-Stiftung und Autorin des Buches »Loyal Dienen - Diskriminierendes Arbeitsrecht bei Caritas, Diakonie und Co.« (Alibri Verlag).

Georg Güttner-Mayer, Gewerkschaftssekretär im Fachbereich Gesundheit, soziale Dienste, Wohlfahrt und Kirchen in der ver.di Bundesverwaltung, zuständig für Kirchen, Rehabilitation und Behindertenhilfe.

Friedhelm Hengsbach SJ, Prof. Dr., war bis zu seiner Emeritierung 2005 Professor für Christliche Sozialwissenschaft bzw. Wirtschafts- und Gesellschaftsethik an der Philosophisch-Theologischen Hochschule Sankt Georgen in Frankfurt am Main, von 1992 bis 2006 leitete er das Nell-Breuning-Institut für Wirtschafts- und Gesellschaftsethik.

Hartmut Kreß, Prof. Dr., Professor für Ethik in der Abteilung Sozialethik, Evangelisch-Theologische Fakultät, Universität Bonn. Schwerpunkte: Grundlagenfragen der Ethik, Medizin- und Bioethik, Ethik der Rechtsordnung/Rechtsethik.

Hermann Lührs, Dr. rer. soc., Promotion über Arbeitgeber-/Arbeitnehmerbeziehungen im kirchlichen Sozialsektor, seit 2001 Mitglied der Arbeitsrechtlichen Kommission der EKD, Autor des Buches »Die Zukunft der Arbeitsrechtlichen Kommissionen« (Nomos-Verlag 2010).

Monika Neht, Dipl. Soziologin, KDA der Evang.-Luth. Kirche in Norddeutschland, Vorsitzende einer Mitarbeitervertretung und Mitglied im Vorstand

des Gesamtausschusses der Mitarbeitervertretungen der Nordkirche, ver.di Mitglied.

Ellen Paschke war bis März 2013 Mitglied des ver.di-Bundesvorstands und Leiterin des Fachbereichs Gesundheit, Soziale Dienste, Wohlfahrt und Kirchen.

Peter Renneberg, Dr., ist Referent und Berater zu den Themen Tarifpolitik, Arbeitskampf, Organizing und Kampagnen sowie Arbeits- und Gesundheitsschutz. Mitarbeiter bei ORKA: Organisierung und Kampagnen, Autor des Buches »Handbuch Tarifpolitik und Arbeitskampf« (Aktualisierte Ausgabe VSA: Verlag 2013).

Erhard Schleitzer, AG MAV-Vorsitzender Diakonie Hessen-Nassau, Vorsitzender der ver.di Bundesfachkommission Kirche, Diakonie, Caritas.

Jens M. Schubert, Prof. Dr., ist Leiter der Rechtsabteilung in der ver.di-Bundesverwaltung; apl. Professor für Arbeitsrecht und Europäisches Recht an der Leuphana Universität Lüneburg.

Berno Schuckart-Witsch, langjähriger Mitarbeitervertreter in der Diakonie Hamburg, seit 2011 Gewerkschaftssekretär in der ver.di-Bundesverwaltung, Projekt Kirchen, Fachbereich Gesundheit, soziale Dienste, Wohlfahrt und Kirchen.

Franz Segbers, Dr., Professor für Sozialethik, Universität Marburg, Promotion zum Dr. theol. zum Thema »Streik und Aussperrung sind nicht gleichzusetzen«, bis 2012 Referent für Arbeit, Ethik und Sozialpolitik im Diakonischen Werk Hessen und Nassau.

Klaus-Peter Spohn-Logé, Sozialsekretär beim KDA der Ev. Landeskirche in Baden, zuständig für den Bereich MAV-Schulungen, Mitglied im Vorstand ver.di FB 3 Bezirk Rhein-Neckar und in der Fachkommission Kirchen, Diakonie und Caritas Baden-Württemberg.

Frank Stahlhut, seit über 30 Jahren Anästhesiefachpfleger im Krankenhaus Bethel Bückeburg. Ehemaligen MAV-Mitglied und aktiver Streikposten.

Holger Thomas, Ergotherapeut und einer von vier Sprechern der ver.di-Betriebsgruppe am Evangelischen Krankenhaus Oldenburg zum Streikrecht für kirchliche Mitarbeiter/innen

Norbert Wohlfahrt, Prof. Dr., Professor für Sozialmanagement an der Evangelischen Fachhochschule Rheinland-Westfalen-Lippe.

Alexander Wolter, Gesundheits- und Krankenpfleger mit Palliativzusatzausbildung und Mitarbeitervertreter im Agaplesion Diakonieklinikum Hamburg.