



DER EUROPÄISCHE BETRIEBSRAT

Am Beispiel Heineken

Peter Fleck, Niederlande

Federatie Nederlandse Vakbeweging (FNV) + SBI Formaat



31 Charaktere, 21 Länder, 14 Sprachen und ein Ziel. Wie geht das?

Zusammen mit meinem Kollegen Günter Eck erhielt ich die Chance, an einem zweitägigen Workshop des Europäischen Betriebsrates (EBR) der Firma Heineken teilzunehmen. Eine sehr spannende und lehrreiche Erfahrung sollte es für uns werden. Zu Beginn gab es für uns einige Fragen: **Was ist ein EBR? Warum gibt es ihn? Was machen die dort? Wie machen wir den EBR populär?**

Was ist ein EBR?

1994 hat die EU der Forderung der europäischen Gewerkschaftsbewegung zum Schutz der Interessen von ArbeitnehmerInnen in europaweit tätigen Unternehmungen entsprochen und die "Richtlinie 94/45 des Rates der EG über die Einsetzung eines Europäischen Betriebsrates" verabschiedet.

Die "EBR-Richtlinie" wurde 2009 durch die Richtlinie 2009/38/EG nachgebessert. In Österreich wurde das EBR-Recht durch eine Novelle des Arbeitsverfassungsgesetzes (ArbVG) im Dezember 2010 geändert, wobei in mehreren Punkten dabei über die notwendige Übernahme der in der neuen EU-Richtlinie festgeschriebenen Nachbesserungen hinausgegangen wurde.

Die Richtlinie betrifft Beschäftigte und ihre Interessenvertretungen in grenzübergreifend tätigen Unternehmungen, die insgesamt mehr als 1.000 Beschäftigte überschreiten und an mindestens zwei Standorten in mehreren europäischen Ländern mehr als 150 Beschäftigte haben.

Warum gibt es den EBR?

Ziel ist es, dass die Beschäftigten in europaweit operierenden Konzernen über die wirtschaftliche Situation des Konzerns informiert

werden. Bestimmte Entwicklungen, die für die Beschäftigten und deren Arbeitsbedingungen von Bedeutung sind, werden angehört.

Dafür ist den Arbeitnehmervertretungen aus den verschiedenen Konzernstandorten auf Kosten der Unternehmensleitung die Möglichkeit einzuräumen, in regelmäßigen Zusammenkünften zusammentreten und grenzübergreifende Beratungen anzustellen. Die Konzernleitung hat die dafür notwendigen Ressourcen und Sachverständigen zur Verfügung zu stellen und dafür auch die Kosten zu übernehmen.

Bislang wurde in rund 900 von ca. 2.500 möglichen europaweit tätigen Unternehmensgruppen ein solcher EBR eingerichtet. Jährlich kommen etwa 30-40 neue dazu, die in Kooperation mit den zuständigen Gewerkschaftsverbänden auf nationaler Ebene und in Europa ausgehandelt werden.

Ein Abkommen zwischen Arbeitnehmervertreter und Arbeitgebern ist sehr wichtig. Es basiert auf einer gesetzlichen Grundlage und muss gewisse Eckpunkte enthalten. In welchem Land zum Beispiel Konflikte ausverhandelt werden, die den Konzern betreffen. Gibt es keinen Hauptsitz in Europa - auch die Schweiz ist eingerechnet – muss diese Vereinbarung alle vier Jahre erneuert werden. In dieser steht, wie zwischen den Parteien kommuniziert und die EU Richtlinie umgesetzt wird. Die wichtigen Kernbegriffe sind Information und Anhörung. Es ist geregelt wie/wo/wann informiert wird, bevor eine Entscheidung in der Konzernleitung getroffen wird. Der EBR kann eine Stellungnahme abgeben, muss das aber nicht tun. Ebenso braucht der Arbeitgeber diese nicht abzuwarten. Bei Heineken funktioniert diese Arbeitsweise sehr gut, wie ich aus den Gesprächen mit den verschiedenen Mitgliedern heraushören konnte.

Inklusive dem Vorsitzenden hat Österreich zwei Sitze, die von den Ländern entsandt werden. Die Vertreter sind keine Entscheidungsträger. Es ist eine Art Lobbyverein, aber mit viel

Einfluss, da er sehr stark aufgestellt ist. Globale oder europäische Themen wie Telematix (GPS in LKWs) oder Datenschutzrichtlinien werden in dieser Form besprochen und verhandelt. Man trifft sich zweimal jährlich, und zusätzlich gibt es zwei Trainingstage im April für die EBR-Mitglieder.

Was machen die dort? Heineken EBR Tag eins

Wenn zuhause in Österreich Meldungen über den Newsletter des EBR ankommen, können nicht alle damit etwas anfangen. Teils sind die Themen komplex, und andererseits denkt man sich „Was hat das mit mir zu tun?“ Darum hat sich die Arbeitsgruppe zum Ziel gesetzt, den EBR im eigenen Land populärer zu machen. In Zusammenarbeit mit *sbi formaat*, einer niederländischen Schulungseinrichtung, die sich auf Kurse für EBR spezialisiert hat, wird eine zweitägige Schulung abgehalten. Die Leitung hat Marielle van der Coelen. Gemeinsam mit zwei Kollegen führt sie durch den Workshop.

Ziel der 31 anwesenden EBR-Mitglieder ist es, eine Power Point Präsentation über den European Works Council für das jeweilige Land zu erarbeiten. Dies aber unter Berücksichtigung der einzelnen Zielgruppen. Wie werden die Zielgruppen definiert? Auf der einen Seite wird an Human Resources (HR) berichtet und andererseits an die MitarbeiterInnen. Entsprechend müssen die Präsentationen angepasst werden.

Zuerst wird eine fertige Power Point Präsentation vorgestellt und besprochen. Es werden Teams zu je 10 Personen gebildet. In diesen Arbeitsgruppen stellt man sich dem Problem der Verbreitung im eigenen Land und wie man Form und Inhalt aufpeppen kann. Auch am Vortrag selbst und der persönlichen Präsentation wird gefeilt.

Wie machen wir den EBR populär? Tag zwei

Bevor es in die Arbeitsgruppe geht, bekommen wir noch Besuch von der HR. Der oberste Personalchef, Peter Kepplmüller, kommt und hält einen Vortrag. Er übernahm diesen Posten 2016 und war vorher HR Manager in Österreich. Für Günter und mich ist die Art seiner Präsentation sehr beeindruckend, weil er eingangs versuchte, die EBRs durch persönliche Offenheit für sich zu gewinnen. Dann stellt er seinen eigenen Zugang zur Problemlösung vor:

1. sich in das Problem verlieben
2. Was ist das Ziel?
3. Datensammlung
4. Aussortieren
5. Transportieren der Lösung
6. fokussiert bleiben

Während seiner Ausführungen der Punkte versäumt er es nicht, zwischendurch sein Publikum geschickt abzuholen. Danach gibt es eine Fragerunde mit ihm. Es ist interessant, wie unterschiedlich die Probleme der einzelnen Länder sind allein bei der Frage: Wie erkläre ich den EBR daheim? Ein persönliches Gespräch mit dem HR Manager geht sich auch noch aus.

Nun aber weiter in den Arbeitsgruppen. Zwei Stunden lang werden die Power Points weiter vorbereitet und perfektioniert. Danach wird in der jeweiligen Landessprache präsentiert. Jeder in der Gruppe gibt konstruktives Feedback, das intern besprochen wird. Man hat Gelegenheit, die angesprochenen Fehler zu korrigieren und es noch einmal vorzutragen. Später sind wieder alle beisammen im großen Saal, und es werden alle Eindrücke der letzten zwei Tage gesammelt. Es gibt Ratschläge an die Trainer und viel Lob für die Organisation.

Vor dem gemeinsamen Gruppenbild gibt es noch die Termine für die nächsten Treffen zu besprechen und die Wahl der EBR Vorsitzenden im Juni. Alle Mitglieder verabschieden sich, und es gibt ein kühles Bier zum Abschluss.

Wir waren beeindruckt, wie professionell und ehrgeizig die Kollegen aus den verschiedenen Ländern an einem Strang ziehen. Von Marielle van der Coelen hatte ich schon vorab gehört, dass von den vielen von ihr betreuten EBRs der von Heineken ein sehr guter ist. In unserer Nachbesprechung mit einzelnen Mitgliedern fanden wir heraus, dass ihnen der EBR keineswegs als Zwang, sondern als Bereicherung erscheint. Vor allem der Austausch von Erfahrungen und die gegenseitige Hilfe ist allen wichtig. Der Konzern finanziert den EBR nicht nur, sondern sieht ihn als Chance, um Informationen und Vorhaben in Europa breit zu streuen. Wie wir vom Vorsitzenden Johann Greimel erfahren konnten, hat die Konzernleitung immer ein offenes Ohr für die europäischen Vertreter der Betriebe. Es wurden in der Vergangenheit sehr viele Projekte, die in einigen oder allen Länder gleichermaßen durchgeführt wurden, gut und gemeinsam umgesetzt.

Vielleicht werde auch ich einmal in diesem Gremium sitzen und gemeinsam mit den Kollegen an Maßnahmen arbeiten für unsere Belegschaft in ganz Europa. Es wäre mir eine Riesenfreude.