

Verdrängungswettbewerb im deutschen Einzelhandel: auf dem Rücken der Beschäftigten

JÜRGEN GLAUBITZ

Mit über 3 Mio. Beschäftigten zählt der Einzelhandel zu den größten Wirtschaftsbereichen. Die Handelslandschaft ist tief zerklüftet, zwischen greller Glitzerwelt und Restrampe: Flagship-Stores in Einkaufsmeilen, Shoppingparadiese und Konsumpaläste auf der einen Seite – auf der anderen Seite viel Tristesse, Billiganbieter, 1-€-Shops und Leerstände in den Nebenzentren und abseits der Haupteinkaufsstraßen. Große Konzerne dominieren den Markt. Es findet ein erbitterter Verdrängungswettbewerb statt. Zehntausende kleinerer Anbieter sind bereits ausgeschieden. Die Unternehmen locken mit niedrigen Preisen, hohen Rabatten und lustiger Werbung: gute Nachrichten für die Verbraucher. Weniger gut sieht es für die Beschäftigten dieses bedeutenden Wirtschaftsbereiches aus. Der Wettbewerb findet zunehmend auf ihrem Rücken statt: Zwei Drittel von ihnen arbeiten in Teilzeit oder als Minijobber, nur noch 34 % sind in tarifgebundenen Unternehmen beschäftigt. Das führt zu drastischen Lohninbußen. Und nach einem aufreibenden Arbeitsleben droht den meisten dann die Altersarmut.

1 Gesetzliche und tarifpolitische Rahmenbedingungen

Der Wettbewerb im Handel wird maßgeblich auch durch rechtliche Rahmenbedingungen und verbandspolitische Entscheidungen beeinflusst. Auf einige wesentliche Punkte sei hier kurz hingewiesen:

(1) Die Deregulierung des Arbeitsmarktes durch die „Hartz-Gesetze“ hat sich in gravierender Weise negativ auf die Personalpolitik der Unternehmen ausgewirkt. Infolge der Neuregelung bei der *geringfügigen Beschäftigung* kam es zu einem regelrechten Minijob-Boom. Die meisten Minijobber arbeiten heute im Handel.

(2) Auch die *Leiharbeit* erlebte durch „Hartz“ einen enormen Aufschwung. Nachdem später die Regeln etwas strenger gefasst und ein Mindestlohn eingeführt wurde, suchten viele Firmen nach neuen Methoden, um Personalkosten zu drücken. Sie suchten nach Schlupflöchern, um die schon billigen Leiharbeiter durch noch billigere Kräfte zu ersetzen. So begann der Boom der *Werkverträge*.

(3) Die *Ladenöffnungszeiten* wurden über die Jahre peu à peu ausgedehnt. 2006 wurde im Rahmen der Föderalismusreform der Ladenschluss schließlich zur Ländersache. Seither ist überwiegend – bis auf Bayern, Rheinland-Pfalz, Saarland und Sachsen – an sechs Tagen die Rund-um-die-Uhr-Öffnung möglich. Die verlängerten Öffnungszeiten (Spätöffnung) haben zur Ausweitung prekärer Beschäftigung geführt.

(4) Über Jahrzehnte galt zwischen den Tarifparteien ein Konsens, wonach die Personalkosten nicht Gegenstand des ruinösen Wettbewerbs sein sollten. Die *Allgemeinverbindlichkeit der Tarifverträge (AVE)* sei geboten, so argumentierten etwa die NRW-Arbeitgeber, „um die soziale Komponente der Marktwirtschaft im Einzelhandel zu erhalten“.¹ Doch dann wurde im Jahre 2000 die AVE von ihnen aufgekündigt und per Satzungsänderung die Verbandsmitgliedschaft ohne Tarifbindung (OT-Mitgliedschaft) ermöglicht. Dies führte in der Folge zu einer weitreichenden Erosion der Tarifvertragsstrukturen und zu einem dramatischen Rückgang der Tarifbindung.

¹ Einzelhandelsverband NRW in einem Schreiben vom 17.09.1999 (Antrag auf Allgemeinverbindlicherklärung) an das Ministerium für Arbeit, Soziales, Stadtentwicklung, Kultur und Sport des Landes NRW.

2 Wettbewerbs- und Konzernstrukturen im deutschen Einzelhandel

Das wirtschaftliche Umfeld für den Einzelhandel ist derzeit recht günstig, der relativ stabile Arbeitsmarkt und steigende Realeinkommen sorgen für gute Umsätze. Die demografische Entwicklung führt tendenziell zu immer mehr „Alten“ (älter als 67 Jahre) und immer weniger „Jungen“ (jünger als 25 Jahre). Gleichzeitig steigt die Zahl der Single-Haushalte. Dies hat große Bedeutung für die weitere Entwicklung der Branche (Ladengestaltung, altersspezifische Konsumgewohnheiten, Nahversorgung, seniorenfreundlicher Service u. a. m.). Der Wettbewerb im Einzelhandel wird vorrangig über Preiskämpfe, Öffnungszeiten und Fläche geführt. Die Digitalisierung intensiviert den Konkurrenzkampf und induziert einen tief greifenden Strukturwandel. Strukturbestimmend ist zugleich, dass Konzerne dominieren: Es gibt tendenziell immer weniger Unternehmen – mit immer mehr Umsatz. Im Fokus steht dabei vor allem der Lebensmitteleinzelhandel. Gemessen am bundesweiten Absatz teilen sich die vier Großen (Edeka, Rewe, Schwarz-Gruppe und Aldi) über 85 % des Marktes. Zum Vergleich: 1999 waren es immerhin noch acht große Handelsketten, die es laut Bundeskartellamt zusammen auf 70 % brachten. In mehreren Teilbranchen gibt es enge Oligopole: Die Umsatzanteile der jeweiligen TOP-3-Player betragen bei Drogerien 97 %, bei den Supermärkten 90 %, bei der Großfläche 67 % und bei den Lebensmittel-discountern 66 %. Signifikant geringer ist der Konzentrationsgrad (noch) bei Bekleidung und bei Möbeln.²

Konzentration ist zum einen das Ergebnis organischen Wachstums oder der Verdrängung von Konkurrenz; zum anderen forciert sie weitere Konzentration. Größe fördert weitere Größe. (Umsatz-)Größe bedeutet hohe Beschaffungsmengen und damit Nachfragemacht gegenüber Lieferanten und Produzenten. Günstige Einkaufspreise und Konditionen sind garantiert. Diese Vorteile ermöglichen es den Konzernen, im Verkauf aggressive Preis- und Rabattaktionen anzubieten.

Die Digitalisierung ist ein weiteres dominantes Thema in der Branche. Der online getätigte Umsatz hat in zehn Jahren seinen Marktanteil von 4 auf 10 % erhöht, bis 2020 dürfte dieser auf 15 bis 20 % weiter ansteigen. Je nach Teilbranche und Sortiment gibt es große Unterschiede. Während bei den Online-Sortimenten der „ersten Stunde“ (Bücher, Medien, Technik) eine gewisse Sättigung festzustellen ist, weitet sich das per Internet angebotene Warensortiment mit großer Dynamik weiter aus. Derzeit liegt Bekleidung mit deutlichem Abstand vorn, es folgen Elektro/Telekommunikation, Bücher/E-Books und Schuhe.

Die Digitalisierung verändert den Handel mit einer ungeheuren Wucht – es kommt zu tief greifenden Neustrukturierungen:

- Die Vertriebs- und Kommunikationskanäle werden immer mehr vernetzt. Die Beziehungen zwischen Erzeugern, Lieferanten, Dienstleistern, Händlern und Kunden verändern sich grundlegend.
- Je stärker die Online-Umsätze boomen, desto weniger bleibt für den innerstädtischen Handel übrig. Verlierer sind vor allem Klein- und Mittelstädte, vielen droht eine Verödung.
- Die Markttransparenz erhöht sich enorm, Preis- und Produktvergleiche werden einfacher. Das Internet verstärkt den Wettbewerbsdruck zusätzlich.
- Die verschiedenen Verkaufskanäle werden immer mehr verzahnt und verbunden (Mehr-Kanal-Handel). Online-Händler eröffnen Showrooms, stationäre Händler betreiben Online-Shops. Die Trennung zwischen Offline- und Online-Handel wird sukzessive aufgehoben.

Maßgeblicher Treiber ist der Internet-Riese *Amazon*. Kein anderer experimentiert so viel mit zukunftsweisenden Konzepten, kein anderer Akteur zeichnet sich durch eine solche Innovationsgeschwindigkeit aus. Der ehemalige Buchhändler hat sich zum Alles-Verkäufer entwickelt. Immer mehr Konsumenten informieren sich heute vor Internetkäufen beim Branchenriesen. „Er ist Preisanker, Produktfinder und Bewertungsplattform.“³

Es ist immer das Gleiche, *Amazon* prescht vor und die Branche zittert. Einige der Innovationen aus seinem „Sortiment“ sind Marktplatz, Bezahldienste, 1-Klick, Prime, Dash, Prime Now, Pantry, Filmdatenbank, Online-Videothek, *Amazon Business* (Shop für Geschäftskunden) und *Amazon Fresh* (frische Lebensmittel). Für einen Paukenschlag sorgte die Nachricht, dass der Online-Händler den weltgrößten stationären Bio-Händler *Whole-Foods* kauft. *Amazon* dringt in immer mehr Handels- und Lebensbereiche vor. So auch in die privaten: Der „Smart Agent“ *Alexa* ist ein zentrales Instrument, um herauszubekommen, was die Kunden „wünschen“. Die Nutzer füttern das System mit Informationen aus ihrer Privatsphäre; und *Amazon* lernt alles über die Nutzer. Es ist keineswegs unzutreffend, wenn die *taz* schreibt: „Die Abhörwanze von IM *Alexa*“.⁴ Die Daten werden verwendet, um Kaufentscheidungen durchzuspielen, Verhaltensmuster zu perfektionieren und Werbung zu optimieren.

Und schneller als Pilze schießen derzeit neue Online-Marktplätze aus dem Boden. Erfolgreiche Internet-

2 Vgl. Wabe-Institut (2017): Konzentrationsprozesse und Verdrängungswettbewerb im deutschen Handel, Chartstudie, Berlin.

3 IFH (Institut für Handelsforschung) (2017): Amazonisierung des Handels schreitet voran, Pressemitteilung des IFH Köln vom 22.06.2017.

4 *Taz* (Die Tageszeitung) vom 05.11.2016.

plattformen (wie Amazon oder Ebay) können wegen der Ansammlung von Kundendaten zu entscheidenden Wettbewerbsvorteilen gelangen. Dies könnte zu einer weiteren Konzentration von Marktmacht und letztlich zu Monopolstrukturen führen.

Für die Wettbewerbsstruktur des Einzelhandels entscheidend ist auch der nicht nur andauernde, sondern sich zuspitzende Preiswettbewerb. Immer wieder einmal ist die Rede davon, die „Geiz-ist-geil-Mentalität“ sei vorüber, der Verbraucher achte mehr auf Qualität. Fakt ist aber: Der Preis bleibt die „schärfste Waffe“ im Wettbewerb. Händler setzen mit Tiefpreisen und/oder Rabatten die Konkurrenz unter Druck. Dabei sind große, finanzkräftige Konzerne strukturell im Vorteil (s. o.). In weiten Bereichen des Handels herrscht ein sehr intensiver Preiswettbewerb. Online-Händler und Discounter sorgen für immer neue Preisrunden. Über Dynamic Pricing können Preise permanent auf der Basis des aktuellen Marktbedarfs angepasst werden. Amazon hat allein im September 2016 3,6 Millionen Mal seine Preise geändert. Der Textilhandel wird von Billigware überschwemmt („Alles muss raus“), im Möbeleinzelhandel gibt es explosive Preiskämpfe („Rabattschlachten“). Discounter und Billiganbieter boomen. Das Bewusstsein für reelle Preise geht verloren. „Je mehr Discount- oder Off-Price-Formate auf dem deutschen Markt agieren, umso mehr wird sich das Preisgefüge nach unten verschieben.“⁵

Strukturbildend ist ferner die Verkaufsflächenexpansion: Die Handelsunternehmen haben in den letzten Jahrzehnten riesige Verkaufsflächen aufgebaut: Von 77 Mio. qm vor 25 Jahren auf derzeit 124 Mio. qm. Da der reale Einzelhandelsumsatz dieser Entwicklung oft nicht folgen konnte, öffnete sich die Schere zwischen Fläche und Umsatz. In einigen Teilbranchen wird Flächenexpansion gezielt als ein Instrument zur Verdrängung der Konkurrenz eingesetzt. Dies ist auch deshalb eine brisante Strategie, weil gleichzeitig die Online-Umsätze überproportional steigen.

Zuwächse resultieren vor allem aus der Großflächenexpansion im Bereich Möbel und Baumärkte, Neueröffnungen im Drogeriebereich und der Ansiedlung ausländischer Einzelhändler. Zudem entstehen weitere große Flächen durch neue Shoppingcenter. Das „Flächenwettrennen“ sorgt für erhebliche strukturelle Probleme. Die Verkaufsfläche ist sehr ungleich im Raum verteilt – riesigen Überkapazitäten, z. B. in Ballungsgebieten, stehen Leerstände und verödete Passagen in vielen Klein- und Mittelstädten gegenüber.

Durch eine Ausdehnung der Öffnungszeiten wird kein zusätzlicher Umsatz generiert, sondern vorhandener Umsatz zeitlich oder räumlich umverteilt. Einige Unternehmen – insbesondere des Lebensmittelhandels – setzen dies gezielt als Mittel im Verdrängungskampf ein. Die verlängerten Öffnungszeiten wirken ähnlich wie zusätzliche Verkaufsflächen: Der Umsatz verteilt sich auf mehr Quadratmeter und auf mehr Stunden.

3 Zur Situation der Beschäftigten im deutschen Einzelhandel

Deregulierung, Tariffucht und der intensive Preis- und Verdrängungswettbewerb haben tiefe Spuren hinterlassen: Hunderttausende Vollzeitstellen wurden im Laufe der Jahre abgebaut, prekäre und atypische Beschäftigung dominiert, untertarifliche Entlohnung wird zur Regel. Die Beschäftigungs- und Arbeitsbedingungen haben sich deutlich verschlechtert.⁶

Von den insgesamt 3,1 Mio. Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern waren zuletzt 37 % in Vollzeit, 36 % in sozialversicherungspflichtiger Teilzeit sowie 21 % ausschließlich und 6 % im Nebenjob geringfügig beschäftigt.⁷ Mit anderen Worten: Rund 2 Mio. Beschäftigte, überwiegend Frauen, befinden sich in einem prekären oder atypischen Arbeitsverhältnis.

Das war nicht immer so: Im Jahre 2000 hatte noch die Hälfte aller Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer einen Vollzeitjob. In der Folgezeit stieg die Zahl der Minijobs sprunghaft an – zwischenzeitig auf ein Rekordhoch von knapp einer Million. Die „Hartz-Gesetze“ und die Liberalisierung der Öffnungszeiten (Spätöffnung) wirkten wie Katalysatoren für prekäre Beschäftigung. Es wurden Schleusen geöffnet für einen Minijob-Boom, für Dumpinglöhne und den missbräuchlichen Einsatz von Leiharbeit und Werkverträgen. Nach Einführung des Mindestlohnes 2015 entwickelte sich die Zahl der geringfügig Beschäftigten leicht zurück, Ende 2016 ist sie in der gesamten Wirtschaft indes wieder angestiegen.

Der Frauenanteil im Einzelhandel beträgt rund 70 %. Besonders hoch ist er unter den Teilzeitbeschäftigten mit ca. 90 %, bei den Vollbeschäftigten liegt die Quote bei gut 50 %.

Die tarifliche Situation im Einzelhandel wirkt unmittelbar auf die Arbeits- und Entlohnungsbedingungen der Beschäftigten ein: Die Tarifeinkommen konnten in den letzten zehn Jahren nicht in dem Maße erhöht werden wie etwa im produzierenden Gewerbe. Es gibt weiterhin einen erheblichen Nachholbedarf, was dann auch ein für die Rentenberechnung wichtiger Faktor ist. Das durchschnittliche Jahreseinkommen der abhängig Beschäftigten insgesamt beträgt in Deutschland laut Deutscher Renten-

5 Meinungsbeitrag „Bundesrepublik Discount“, in: Der Handel 7–8/2017, S. 8.

6 Siehe dazu im Einzelnen: Deutscher Bundestag, Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Fraktion Die Linke, Arbeitsbedingungen im Einzelhandel, Drucksache 18/7325.

7 Vgl. ver.di FB Handel (Hrsg.) (2017): Einzelhandel 2017, Branchendaten, Berlin.

versicherung aktuell 36 267 €. Für den Einzelhandel liegt die *tarifliche Vergütung* im Gehaltsbereich in der mittleren Gruppe (Verkäufer/Verkäuferinnen) derzeit zwischen 1940 € und 2471 € im Monat (Beispiel NRW). Hinzu kommen Urlaubsgeld, Jahressonderzahlung und Leistungen der tariflichen Altersversorgung. Damit ergibt sich in der Endstufe dieser Gruppe für Vollzeitbeschäftigte ein Jahreseinkommen von 32 431,88 €. Im Verhältnis zu der genannten Bezugsgröße erreicht das Jahreseinkommen der Verkäuferinnen und Verkäufer im Einzelhandel (Beispiel NRW) gerade 89 %. Und diese Beispielrechnung bezieht sich wohlgerneht nur auf die tarifgebundenen Beschäftigten und blendet die ökonomische Situation der vielen Einzelhandelsbeschäftigten aus, die in tariffreien Zonen sowie in Teilzeitarbeit oder Minijobs arbeiten.

Der Anschluss der Einzelhandelsbeschäftigten an die Durchschnittseinkommen wird zusätzlich dadurch erschwert, dass in der Branche die Tariffucht grassiert. Viele Unternehmen gehen aus der Tarifbindung und verschaffen sich durch niedrigere Löhne Wettbewerbsvorteile. Nur noch 30 % der Einzelhandelsunternehmen sind heute tarifgebunden, gerade einmal 34 % aller Beschäftigten arbeiten in einem Unternehmen, das an den Branchentarifvertrag gebunden ist. Nicht-tarifgebundene Arbeitgeber wie Amazon, Zalando, Globus, Dehner, Porta, Toys R Us, Obi, Tedi, der „privatisierte“ Bereich von Edeka und Rewe u. a. m. zahlen ihren Beschäftigten oft bis zu 30 % weniger als im Branchentarifvertrag vereinbart.⁸

Die unterdurchschnittliche Einkommenssituation der im Einzelhandel Beschäftigten ist folgenreich für ihre rentenrechtlichen Ansprüche: Die ökonomische Situation im Ruhestand ist ein Spiegelbild des Erwerbslebens. Faktoren, die die Rentenansprüche mindern, sind u. a. untertarifliche Entlohnung, atypische Beschäftigungsformen, unterdurchschnittliche Tarifeinkommen, Phasen der Unterbrechung und eine geringe Anzahl der Beschäftigungsjahre. Treffen mehrere dieser Punkte gleichzeitig zu, ist die Negativwirkung besonders groß. Frauen sind davon in besonderem Maße betroffen.

Das Ausmaß der Armutgefährdung der Einzelhandelsbeschäftigten lässt sich quantifizieren, wenn man die Rentenansprüche einiger typischer Beschäftigungsgruppen durchrechnet. Bei einer tarifgemäßen Entlohnung (Tarifgebiet NRW) ergibt sich Folgendes: Eine vollzeitbeschäftigte Verkäuferin käme nach 45 Berufsjahren in der Endstufe der G I auf eine Bruttorente von maximal ca. 1200 €. Wenn die gleiche Verkäuferin zehn Jahre teilzeitbeschäftigt war, sinkt die zu erwartende Rente auf maximal ca. 1000 € brutto. Wenn jemand in dem gleichen Job 45 Jahre teilzeitbeschäftigt war (Stundenfaktor 0,7) reduziert sich die Rente auf maximal ca. 850 €. Im Falle einer untertariflichen Entlohnung von 30 % ergibt sich, dass eine Verkäuferin nach 45 Jahren ununterbrochener Vollzeitarbeit auf eine Bruttorente von maximal ca. 860 € kommt. Und wohlgerneht: Bei diesen Beispielen handelt es sich jeweils um Bruttorenten. Davon müssen dann

durchschnittlich noch mindestens 10 % als zu versteuern- des Renteneinkommen abgezogen werden.

Deutlich wird: Auf Lohnarmut folgt Altersarmut. Tariffucht, prekäre und atypische Beschäftigung, unterdurchschnittliche Tarifeinkommen und erwerbsbiografische Unterbrechungen sind die wesentlichen Gründe dafür, dass das Gros der Handelsbeschäftigten von Altersarmut⁹ bedroht wird. Als Fazit ist festzuhalten:

- Fast zwei Drittel aller Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im deutschen Einzelhandel mit niedrigen Jahreseinkommen (Minijobs, Teilzeit) sind später direkt von Altersarmut betroffen.
- Auch die Tariffucht führt zu dramatischen Einbußen bei der Altersrente. Untertarifliche Entlohnung führt im konkreten Fall dazu, dass selbst auf eine 45-jährige Vollzeitbeschäftigung die Altersarmut folgt.
- Nach vorsichtigen Berechnungen sind mindestens 2,5 Mio. Beschäftigte im deutschen Einzelhandel akut von Altersarmut bedroht. Die meisten von ihnen sind Frauen, die gleich mehreren Risikofaktoren ausgesetzt sind: Sie stellen das Gros der im Einzelhandel Beschäftigten, sind damit die Hauptbetroffenen der vielfach unterdurchschnittlichen Entlohnung; ein durch Teilzeitarbeit, Minijobs und Erwerbsunterbrechungen (Mutterschaft und Elternzeit) reduziertes Arbeitsvolumen tritt als weiteres Risikopotenzial hinzu.

4 Forderungen an Politik und Arbeitgeber

Bisherige Bundesregierungen sind der wirtschaftlichen Ideologie der Deregulierung und Flexibilisierung gefolgt. Dies hat zu einer erheblichen Verschlechterung der Arbeits- und Lebensbedingungen im Einzelhandel geführt. Hier ist ein fundamentales Umdenken notwendig, der Wettbewerb im Einzelhandel braucht Regulierung:

- (1) Die *arbeitsmarktpolitischen Instrumente* müssen neu ausgerichtet werden. Minijobs sollten abgeschafft und da-

⁸ Vgl. hierzu auch Süddeutsche Zeitung „Der Einzelhandel floriert, Umsatz und Gewinn markieren einen Rekord. Doch die Löhne bleiben wegen der grassierenden Tariffucht niedrig“ (SZ vom 8.6.2017).

⁹ Das Armutrisiko wird über die Armutgefährdungsgrenze definiert: Wer alleinlebend ist und weniger als 60 % des mittleren Nettoeinkommens (exakt: des mittleren Äquivalenzeinkommens) monatlich zur Verfügung hat, lebt an der Grenze zur Armut. Dieser Wert wird jährlich neu ermittelt. Nach den letzten aktuellen Daten bedeutet das: Wer als Single weniger als 1003 € im Monat zur Verfügung hat, gilt als armutsgefährdet.

mit wieder in sozialversicherungspflichtige Beschäftigung umgewandelt werden. Notwendig ist ein Rückkehrrecht von Teilzeit auf Vollzeit. Der Missbrauch bei Werkverträgen und Leiharbeit muss beendet werden.

(2) Die zunehmende *Machtkonzentration* im Handel braucht stärkere *Kontrolle*. Ein Kernpunkt dabei ist die Kontrolle der sich immer schneller herausbildenden Marktmacht im Internet (Plattformen).

(3) *Wettbewerbsverzerrungen*, die aus ungerechtfertigter Steuerprivilegierung bestimmter Unternehmen resultieren, müssen beseitigt werden. Dies betrifft insbesondere die Ausnutzung von Steuervorteilen multinationaler Konzerne wie Amazon.

Immer mehr Unternehmen im Einzelhandel verschaffen sich Wettbewerbsvorteile, indem sie mittels Tarifflicht Personalkosten einsparen. Immer weniger Arbeitnehmer fallen unter den Schutz von Tarifverträgen. In der Konsequenz heißt das: Die Beschäftigten subventionieren die Preiskriege ihrer Arbeitgeber! Dieser Irrsinn muss aufhören, diese Abwärtsspirale gilt es zu stoppen. Die Arbeitgeber im Handel müssen ihrer sozialen Verantwortung

gerecht werden. Es braucht einen Wettbewerb, in dem für alle Unternehmen die gleichen rechtlichen Pflichten gelten, in dem sich alle Arbeitgeber an Tarifverträge halten. Die Arbeitgeberverbände sind aufgefordert, mit ver.di eine Reform der Allgemeinverbindlichkeit (AVE) zu organisieren, an deren Ende eine Erleichterung der Allgemeinverbindlicherklärungen steht.¹⁰ Das Mindeste für alle Beschäftigten sind tarifliche Standards bei der Bezahlung und bei den Arbeitsbedingungen. Dies ist auch notwendig, um wieder einen einheitlichen Wettbewerbsrahmen zu schaffen, der auch die Betriebe, die Tariflöhne zahlen, vor Schmutzkonkurrenz schützt. Die Wiedereinführung der AVE liegt aber auch im öffentlichen Interesse, denn wenn es so weitergeht wie bisher, wird die Allgemeinheit herangezogen, um Teile der Personalkosten zu übernehmen. Sei es durch „Aufstocken“ von Niedriglöhnen oder sei es für die Aufstockungsleistungen bei Armutsrenten (Grundsicherung). ■

AUTOR

JÜRGEN GLAUBITZ, Dr., war bis zu seinem Ruhestand Abteilungsleiter Wirtschaftspolitik beim ver.di-Landesbezirk NRW. Arbeitsschwerpunkte: Handel, Strukturanalysen, Firmenporträts.

 mail@j-glaubitz.de

¹⁰ Vgl. hierzu auch den Beitrag von J. Wiedemuth in diesem Heft.