

## **Forschungsprojekt: "Rückenwind für die Betriebsräte?" Eine Analyse betrieblicher Modernisierungskampagnen in der Metall- und Elektroindustrie**

Das Projekt analysiert betriebliche Modernisierungskampagnen in der Metall- und Elektroindustrie. Im Zentrum der Untersuchung steht die Kampagne "Besser statt Billiger", die im Bezirk NRW der IG Metall entwickelt und umgesetzt wurde. Ziel der Kampagne ist die Stärkung der Betriebsräte als Promotoren der Innovation in Aushandlungen mit dem Management um betriebliche Modernisierung. Betriebsräte sollen auf kompetente Weise langfristige Modernisierungs- und Konkurrenzstrategien entwickeln und vertreten können und damit Alternativen zu Strategien der kurzfristigen Renditesteigerung eröffnen.

Im Forschungsprojekt werden zwei Frageschwerpunkte untersucht. Der erste Frageschwerpunkt widmet sich der Rekonstruktion der Kampagne und des Kampagnenverlaufs. In diesem Zusammenhang soll den Fragen nachgegangen werden, welche Instrumente zur Stärkung der Handlungsfähigkeit der Betriebsräte entwickelt wurden, ob und in welcher Weise diese Instrumente von Betriebsräten genutzt werden, welche Themen im Einzelnen Gegenstand der Kampagne geworden sind und welche Verbreitung die Kampagne bei den Betriebsräten gefunden hat. Dabei ist zudem danach zu fragen, welche Betriebsräte zur Zielgruppe der Kampagne gehören und welche Entwicklungs- und Verbesserungsmöglichkeiten in den Augen der Träger der Mitbestimmung bestehen.

Der zweite Frageschwerpunkt dreht sich um den Wandel der Mitbestimmung der Betriebsräte als Promotoren der Innovation. Die Promotorenrolle stellt neue Anforderungen und Erwartungen an die Betriebsräte in ihren Austauschbeziehungen mit dem Management, der Belegschaft und der Gewerkschaft. In diesem Zusammenhang ist zu untersuchen, ob sich die Durchsetzungsfähigkeit der Betriebsräte gegenüber dem Management verbessert und sie tatsächlich Einfluss auf die strategische Ausrichtung der Unternehmen nehmen können, ob die Betriebsräte die Beschäftigten in ihre Politik einbeziehen und sie an der Entwicklung dieser Politik beteiligen und ob die Betriebsräte die gewerkschaftlichen Handlungsangebote annehmen. Das Projekt soll aufzeigen, wie weit mit den neuen Rollenerwartungen tatsächlich ein Rollenwandel der Betriebsräte verbunden ist und wo Probleme und Entwicklungsmöglichkeiten der Promotorenrolle liegen.

Das Projekt stützt sich methodisch auf mehrere Pfeiler. Der wichtigste dieser Pfeiler sind betriebliche Fallstudien. Insgesamt sollen 16 Fälle unterschiedlicher Einzelbranchen und Ausgangsbedingungen untersucht werden, davon 6 in Form von Intensivfallstudien und 10 in Form von Kurzfallstudien. Die Kombination aus Intensiv- und Kurzfallstudien soll die Tiefenanalyse der Kampagne und des Rollenwandels der Betriebsräte mit einer Breitenanalyse unterschiedlicher Falltypen der Umsetzung und der Mitbestimmungspraxis verbinden. Zusätzlich zu den Fallstudien werden Experteninterviews mit den Protagonisten der Kampagne bei der Bezirksleitung der IG Metall sowie mit einem Vertreter des Arbeitgeberverbandes Metall NRW durchgeführt. Sie werden ergänzt durch Experteninterviews mit Branchenbezug, in denen Fragen der branchenmäßigen Koordinierung der Kampagne diskutiert werden

sollen. Schließlich wird eine standardisierte Befragung der Verwaltungsstellen im Bezirk NRW der IG Metall durchgeführt, um Aussagen zur Verbreitung der Kampagne treffen zu können. Die Projektergebnisse werden im Rahmen betrieblicher und überbetrieblicher Workshops rückgekoppelt.

**Durchführende Stelle:** Institut Arbeit und Qualifikation, Universität Duisburg-Essen  
**Projektteam:** Dr. Thomas Haipeter, Dr. Steffen Lehndorff, Antonio Brettschneider, Tabea Bromberg

**Laufzeit:** 01.10.2008 – 31.12.2010

**Förderung:** Hans Böckler Stiftung

**Weitere Infos:** [www.iaq.uni-due.de](http://www.iaq.uni-due.de)