

Der Fall Nokia,

liebe Kolleginnen und Kollegen,

ist aus mehreren Gründen bemerkenswert. Was lässt sich soziologisch daraus machen?

Erstens lässt sich beobachten, wie ein komplexes Phänomen aus unterschiedlichen Perspektiven beobachtet wird, und in welcher Weise daraus unterschiedliche Schlüsse gezogen werden. Aus europäischer Perspektive ist eine Job-Verlagerung von Bochum nach Cluj in Rumänien ein Vorgang, der normal ist (oder es zumindest sein sollte), ein Beitrag zu (Arbeits-)Marktintegration und ein Schritt zum Abbau des ökonomischen Leistungs- und Wohlstandsgefälles zwischen Alt- und Neumitgliedern der Europäischen Union. Aus nationalstaatlicher Perspektive handelt es sich um eine Niederlage in der Standortkonkurrenz. Aus der Perspektive der Betroffenen in Bochum um Unternehmenswillkür und um eine existentielle Katastrophe.

Hinter diesen unterschiedlichen Beobachtungsperspektiven wird zugleich die nächste Frage sichtbar: die Frage nach dem Zuschnitt von Solidarräumen: Würde eine Verlagerung der Arbeitsplätze von NRW nach Sachsen eher akzeptiert werden? Oder von Bochum nach Bremerhaven? Wann gilt die unternehmerische Nutzung von Standortunterschieden als fair, wann als unfair?

Das führt zu einem weiteren Bündel an Fragen. Welche Reaktionen auf solche Vorgänge sind zu erwarten? Systematisch wird man zwischen Reaktionen der Konsumenten und Reaktionen der Beschäftigten unterscheiden. Das Wirtschaftsfeuilleton der Süddeutschen Zeitung kann einem Konsumentenboykott etwas abgewinnen – mit einer fast faszinierenden Begründung: Eine solche Demonstration von Konsumentenmacht sei akzeptabel, wenn man damit um weiter gehende antikapitalistische Ressentiments herum komme. Ist das nicht rührend? Die Süddeutsche erlaubt den Leuten, verärgert zu sein. Und die Reaktionen im Unternehmen? Aus der empirischen Gerechtigkeitsforschung weiß man, dass als ungerecht empfundene Unternehmensmaßnahmen zu unterschiedlichen Formen von verringertem Arbeitseinsatz führen können. Darum ist durchaus möglich, dass Einsparungen via Entlassungen durch Zusatzkosten infolge Unzufriedenheit und innerer Kündigungen mehr als aufgewogen werden – zumindest

kurz- und mittelfristig. Wie nachhaltig sind solche Effekte? Kann es sein, dass sie über die kurzfristige Themenkonjunktur (zwei Politiker trennen sich von ihren Nokia-Handys) hinaus wirken?

Das führt mich zu noch einem Fragenkreis. Verfügt die Soziologie über prognostisches Wissen für solche Fälle? Anders gefragt: Wie hätte ein soziologisch informiertes Management gehandelt? Vielleicht wäre die Verlagerung anders abgewickelt worden, vielleicht hätte man darauf verzichtet – wie auch immer. Mich interessiert hier weniger das Ergebnis, sondern das Gedankenexperiment: Wäre soziologisches Wissen verfügbar, das auf solche Entscheidungen einen Einfluss haben könnte? Die Frage ist keineswegs so anstößig, wie manche vielleicht meinen. Denn für ein eindeutiges moralisches Urteil über die Betriebsverlagerung fehlt jede Grundlage. Es ist ja keineswegs klar, ob die Verlagerung der Jobs wünschenswert ist oder nicht. Das hängt – siehe oben – ganz von der Perspektive ab. Aber es könnte ja sein, dass die exklusive Orientierung an betriebswirtschaftlichen Kriterien Konflikte erzeugt, ohne Konfliktkosten zu berücksichtigen, darum eine irrationale Entscheidung anleitet und damit beide, Belegschaft und Betrieb, schädigt.

Apropos Geld. Vor ein paar Wochen ruft mich der Bildungsbeauftragte eines Versicherungskonzerns an. Eine Einladung zur Mitarbeiterfortbildung. Und ob denn die Höhe des Honorars für mich wichtig sei. Man müsse nämlich mit den anvertrauten Geldern sparsam umgehen. Ich war leider nicht schlagfertig. Nein, hätte ich sagen sollen, Ihren Mitarbeitern etwas erzählen zu dürfen, ist mir Befriedigung und bedeutet einen solchen Reputationsgewinn, dass ich gerne ein Wochenende in einem Schulungszentrum irgendwo am Lande verbringe. Tatsächlich habe ich leider nur lustlos Terminnöte vorgeschützt. Kann mir jemand erklären, warum in der Regel davon ausgegangen wird, dass Sozialwissenschaftlerinnen und Sozialwissenschaftler für solche Auftritte fast nichts verlangen? Weil man sie für so wohlhabend hält, dass Geld keine Rolle spielt? Weil man ihnen ein solches Interesse an der Sache unterstellt, dass sich die Motivation durch ein Honorar erübrigt? Oder weil man sie für so arme Hunde hält, dass sie sich über jeden Betrag freuen? Wie auch immer. Ich appelliere an Ihre Unbescheidenheit, vor allem im Interesse jener Kolleginnen und Kollegen, die auf Honorare wirklich angewiesen sind. Übrigens, im eigenen Namen Honorare zu verhandeln, fällt vielen nicht leicht (mir zum Beispiel). Vielleicht sollten wir dafür eine Agentur gründen.

Ihr  
Georg Vobruba