

## Einleitung

---

Die Metro Group ist der größte Einzelhandelskonzern Deutschlands. In der Tarifaueinandersetzung 2005 mit der Gewerkschaft Ver.di hat sich wieder gezeigt, dass Manager der Metro die Konzeption und das Vorgehen der Unternehmenseite im Einzel- (und Groß-)Handel prägen und dass sie rigoros eine Linie des Lohnstopps und der Aufweichung des Flächentarifvertrags durch betriebliche "Öffnungen" verfolgen. Gleichzeitig ist die Metro Group, nach dem Umsatz die Nr. 3 in der Weltrangliste der Einzelhandelskonzerne, weltweit der "internationalste" dieser Konzerne – die Gruppe verfügt über die meisten Niederlassungen im Ausland, wo sie bereits rund 50 Prozent ihres Umsatzes erzielt.

Im Mittelpunkt der vorliegenden Untersuchung steht die Frage, wie sich die auf "internationaler Expansion", auf Globalisierung beruhende Kapitalstrategie der Metro auf ihre Geschäftspolitik und vor allem auf die Lage der Beschäftigten auswirkt. Als "Global Player", als Wettbewerber auf den globalen Märkten, hat die Metro Group als zentralen Maßstab ihres betriebswirtschaftlichen Vorgehens die Anforderung übernommen, dass ihr Geschäftsergebnis über den Höchstzinsen des internationalen Kapitalmarkts liegen muss. Dies hat enorme Konsequenzen für die Zukunft der einzelnen Unternehmenslinien wie vor allem auch für den Umgang mit den Beschäftigten, die in dieser Strategie lediglich als "Personalaufwand" vorkommen, der wie "Materialaufwand" zu minimieren ist.

Fundamentale Fragen in diesem Zusammenhang sind: Wer muss für die stetig wachsenden Auslandsinvestitionen aufkommen? Wie sieht die Gewinn-Verlust-Rechnung auf den ausländischen Märkten und in Deutschland aus? Welche Chancen hat die Metro im globalen Wettbewerb gegen stärkere Konkurrenten wie Wal-Mart (USA) oder Carrefour (Frankreich)? Vernachlässigt die Metro den deutschen Markt zugunsten einer internationalen Expansion, die sich möglicherweise, zumindest in Teilen, als Fass ohne Boden erweist?

Schließlich geht es um das zentrale Problem: Wie können sich die Beschäftigten zur Wehr setzen? Auf ein Entgegenkommen des zentralen Managements darf man nicht setzen. Die Globalisierungsstrategie der Metro sieht für die Unternehmen in Deutschland vor, im Billigkeits- und Verdrängungswettbewerb in Deutschland Terrain zu gewinnen und möglichst viele Mittel für die weitere Expansion im Ausland bereit zu stellen. Beide Aufgaben verlangen aus der Perspektive des Konzerns eine radikale Senkung der Lohnkosten. Wenn die Beschäftigten sich mit ihrer Arbeit die Grundlage für eine menschenwürdige Existenz schaffen wollen, müssen sie mit aktiven Betriebsräten und Gewerkschaften selbst dafür eintreten. Sie müssen und sie können sich wehren.