



Maschinenbauer in Göppingen

MARIJAN MURAT / PICTURE ALLIANCE / DPA

Metallindustrie

Nach Karneval droht die Eskalation

Der Lohnzuschuss bei Arbeitszeitverkürzung wird zum Knackpunkt der aktuellen Tarifrunde.

Ob der Tarifkonflikt in der Metallindustrie schnell gelöst oder in eine der härtesten Auseinandersetzungen seit Jahren münden wird, entscheidet sich bis Ende des Monats. Denn sowohl die IG Metall als auch die Arbeitgeber stehen unter Druck. Mit dem Ende der Friedenspflicht läuft nun eine bundesweite Warnstreikwelle an, die ihren ersten Höhepunkt erreichen wird, wenn ab Donnerstag die dritte Verhandlungsrunde in den Tarifbezirken beginnt. Neben einer Lohnerhöhung von sechs Prozent fordert die IG Metall die Möglichkeit, dass Arbeitnehmer ihre wöchentliche Arbeitszeit längstens für zwei Jahre auf bis zu 28 Stunden senken dürfen, inklusive eines Rechts auf Rückkehr zur Vollzeit.

Diese Punkte scheinen lösbar, auch ein kräftiges Lohnplus wäre über einen lang laufenden Vertrag möglich. Knackpunkt ist die Forderung nach einem Lohnzuschuss

bei Arbeitszeitreduzierung, zumindest für Schichtarbeiter oder Beschäftigte, die sich um ihre Kinder oder pflegebedürftige Angehörige kümmern. Bislang lehnen die Arbeitgeber sie als rechtswidrig ab, die IG Metall will auf sie nicht verzichten. Doch wenn bis Weiberfastnacht am 8. Februar keine Lösung gefunden ist, droht der Streit zu eskalieren.

Deshalb wird es Ende Januar eine vierte Verhandlungsrunde geben. Ist dann kein Ergebnis in Sicht, wird die IG Metall sich nach Karneval wohl kaum mehr mit kurzen Warnstreiks begnügen, sondern ausgewählte Betriebe 24 Stunden lang bestreiken. Angesichts der vollen Auftragsbücher haben die Firmen daran kein Interesse. Aber auch die IG Metall hat ein Problem. Im März starten die Betriebsratswahlen. Wahlen parallel zu den Tarifverhandlungen würden der IG Metall einen Kompromiss erschweren. mad

Marken „Ich warne vor Trends“



Bernd Samland, 58, erfindet mit seiner Agentur Endmark Produkt- und Unternehmensnamen wie den des TV-Senders Vox oder der Datingplattform Parship.

SPIEGEL: Warum sagen Namen neuer Unternehmen oft so

wenig über deren Produkte aus?

Samland: Weil es darauf nicht ankommt. Sonst dürfte sich eine Computerfirma nicht nach einem Obst benennen – aber „Apple“ ist halt ein genialer Name. Wichtig ist, dass er etwas in einem auslöst.

SPIEGEL: Der Energieversorger RWE hat seine jüngste Tochterfirma „Innogy“ getauft. Was löst das bei Ihnen aus?

Samland: Nichts. Und das ist ein typisches Problem von

Konzernen. Häufig reden dort bei der Namensgebung so viele Leute mit, dass nur der kleinste gemeinsame Nenner durchkommt. Sie wollen niemanden vor den Kopf stoßen, nicht zu emotional werden. Mittelständler sind da mutiger.

SPIEGEL: Auf welchen Namens-Trend sollten Gründer noch schnell aufspringen?

Samland: Ich warne vor Trends. „Zalando“ war originell, „Lieferando“ auch. Der

dritte, vierte, fünfte „...ando“ nicht mehr. Man will sich doch nicht als Abklatsch positionieren.

SPIEGEL: Muss ein Name heute international klingen?

Samland: Eine regionale Verankerung hat auch ihren Reiz. In den USA gab es zuletzt einen Hang zu deutsch klingenden Namen, zu sehen am Taxi-Unternehmen Uber. Ähnlich in China. Einer der größten chinesischen Modehändler heißt „Bauhaus“. akü