



2 Goals – Bildung und Arbeit

FUSSBALL-WM Damit arme Kinder am Fußballglück teilhaben, haben VW-Betriebsräte zur WM in Südafrika die Aktion „A chance to play“ gestartet. Bau- und Bildungsgewerkschaften befeuern im Schaufenster des fußballerischen Großevents ihre Kampagnen.

Von **SIGRID THOMSEN**, Journalistin in Hamburg



FUSSBALLER VOM VFL WOLFSBURG TRAINIEREN MIT JUGENDLICHEN IN EINER TOWNSHIP BEI PORT ELIZABETH: Kinder von der Straße geholt

Foto: Sandy Coffey

Soccer City, das Stadion des Anpiffs zur Fußballweltmeisterschaft am Rande Sowetos, sieht aus wie ein Kürbis. Das Stadion in Durban ist mit einer Bahn überfahrbar. In Nelspruit stellen die Tragpfeiler Giraffen dar. Die Südafrikaner sind stolz auf ihre extravaganten WM-Stadien. Auch darauf, dass alle zehn rechtzeitig fertig wurden. Die Arbeiter, die sie gebaut haben, kommen in „ihr“ Stadion auch ein Mal mit einem Freiticket hinein. Das ist das Sahnehäubchen des Erfolgs gewerkschaftlicher Kämpfe in einem schwer zu organisierenden Gewerbe: 22 000 Bauarbeiter, fast drei Viertel von ihnen bei Leihfirmen und schlecht bezahlt, haben den Zeitdruck und die internationale Nervosität über die Fertigstellung der WM-Stadien genutzt, um immerhin den Mindestlohn durchzusetzen – etwa 300 Euro im Monat. Dafür haben die Bauarbeiter 26 Mal gestreikt, meist wild. Am Ende war fast die Hälfte von ihnen in eine Gewerkschaft eingetreten. Ihre Jobs waren nicht von Dauer. Aber Sicherheit und Transport im Bausektor sind besser geworden.

Frank Schmidt-Hullmann, der sich bei der IG Bauen Agrar Umwelt um Internationales kümmert, spricht voll Respekt von den südafrikanischen Kollegen. „Vor vier Jahren waren auf manchen unserer deutschen Baustellen die Arbeitsbedingungen ebenfalls miserabel, einige Subunternehmen beuteten ihre Leute gnadenlos aus. Dort mussten wir den Mindestlohn erst durchsetzen“, erinnert er sich an die Zeit vor der WM 2006. „Aber wir haben das von Baustelle zu Baustelle abgearbeitet. Die Südafrikaner haben sich systematisch vorbereitet und auch an die FIFA gewandt. Davon können wir lernen.“ Unterstützt wurden die Südafrikaner durch eine Global Union, die BWI, Internationale der Bau- und Holzarbeiter. Deren Projekt „Fair Games – Fair Play“ werde nun weitergegeben wie eine Staffel: an Polen und die Ukraine im Vorfeld der Europameisterschaften, an Brasilien für die nächste WM 2014.

KONFLIKT UM SPONSOR DAIMLER Südafrikanische Gewerkschaften greifen auf alte strategische Erfahrungen zurück. Schon während der Apartheid haben sie gezielt dort gekämpft, wo ihnen internationale Aufmerksamkeit sicher war. Zum Beispiel in deutschen Betrieben der Automobilindustrie. Im Volkswagenwerk in Uitenhage und bei Daimler konnten schwarze Arbeiter das Management zur Anerkennung ihrer unabhängigen Gewerkschaften bewegen, lange bevor das im Land üblich war. Zusammen mit der IG Metall und ihrem damaligen Vorsitzenden Franz Steinkühler erarbeitete die südafrikanische Metallgewerkschaft NUMSA bereits 1988 Mindeststandards für die Arbeitsbedingungen in deutschen Unternehmen, die nach dem Ende der Apartheid 1994 in die neuen ►



- ▶ Arbeitsgesetze einfließen. Bei Daimler hatte Aufsichtsratsmitglied Steinkühler darauf gedrängt, dass es in den südafrikanischen Werken eine funktionierende betriebliche Arbeitnehmervertretung gibt. Einige dieser Shop-Stewarts wurden später Mitglieder der ersten demokratischen, ANC-geführten Regierung.

Daran erinnert man sich im Betriebsrat von Daimler heute auch deshalb, weil der Konzern – als Hauptsponsor des deutschen Teams bei der WM – wegen der Apartheid in der Kritik steht. Der Firma wird Rüstungszusammenarbeit mit dem Apartheidsregime vorgeworfen, weil sie Uni-

versitäten geliefert hat, die die südafrikanische Polizei zu Einsätzen nutzte. Eine südafrikanische Organisation von Apartheidopfern, Khulumani, hat den deutschen Konzern vor einem Gericht in New York wegen Beihilfe zu schweren Menschenrechtsverletzungen auf Entschädigung verklagt. „Der Konzern sollte mit seiner Beteiligung an der WM nicht die gute Marke spielen, sondern Rede und Antwort stehen“, urteilt der Juraprofessor Tshepo Madlingozi aus Pretoria.

Das Unternehmen Daimler bestreitet die Zusammenarbeit mit den Sicherheitskräften und beruft sich darauf,

BEGEISTERUNG_ Heute haben beide große Autohersteller globale Arbeitnehmervertretungen. „Im Weltkonzernbetriebsrat von VW müssen neun Sprachen übersetzt werden“, erzählt Jürgen Stumpf, der auch dem Betriebsrat des Kasseler Werks vorsitzt. „Diskussionen sind manchmal schwierig. Doch wenn uns die südafrikanischen VW-Kollegen zur WM einladen, wird es emotional, dann wird geklatscht.“ Ihre Begeisterung für Fußball wird VW-Kollegen weltweit vereinen: In manchen Werken werden die Spiele während der Schichten übertragen. Ein Tippspiel ist eingerichtet; die brasilianischen Standorte von VW do Brazil haben sich sofort dafür eingetragen. Mitmachen kann bei VW jeder Beschäftigte, der einen Euro an die Aktion „A chance to play“ spendet, die der Weltkonzernbetriebsrat 2008 eigens zur WM in Südafrika gestartet hat. Sie soll arme Kinder am Fußballglück teilhaben lassen. „Das geht zurück auf die Anfänge unserer Kasseler Solidarität für Straßenkinder in Südafrika“, erinnert sich Betriebsrat Jürgen Stumpf, der die Kampagne leitet, „da spielt Fußball immer eine wichtige Rolle!“ Schon vor der WM wurden in drei Provinzen Sportplätze gebaut oder repariert, Kinder von der Straße in Lernprogramme und Spiele-Bibliotheken geholt. In einer Township bei Port Elizabeth, nicht weit vom VW-Werk in Uitenhage, trainierten Anfang 2010 sogar Fußballer vom VfL Wolfsburg mit südafrikanischen Kindern und Jugendlichen.

Fußballer und Fans sollen bei der WM dafür werben, dass mehr Geld für Lehrer und Schulen ausgegeben wird.



FUSSBALLSTADION SOCCER CITY (L.), BAUARBEITER MIT VUVUZELAS, NATIONALSPIELER BOATENG: Unterstützung für die Kampagne „1Goal – Bildung für alle“

Seit gut zehn Jahren arbeitet der VW-Betriebsrat bei seinen sozialen Projekten mit dem Kinderhilfswerk terre des hommes zusammen, das den Kontakt zu den einheimischen Partnerorganisationen hält. „Da die WM auch verlängerte Schulferien bringt, wollen wir die Jungen und Mädchen so gut wie möglich beschäftigen, denn in den sozial benachteiligten Wohngebieten gibt es kaum sinnvolle Freizeitangebote“, sagt Claudia Berker, die terre-des-hommes-Koordinatorin in Johannesburg. „Viele Kinder sind unbeaufsichtigt. Drogen, Alkohol, Missbrauch sind reale Gefahren, besonders in der Nähe der Stadien und Fan-Parks.“ Wenn angepöfeln wird, spielt der Nachwuchs mit: An mehreren Orten haben sich Kinderteams auf die Länder der WM-Mannschaften vorbereitet, kennen deren Lieder und tragen parallel zu den Großen ihre „Mini-WM“ aus. Genau wie die 32 Kinderteams am VW-Standort Emden, deren Spiele im Juni Geld für die südafrikanischen Kinderprojekte einbringen sollen.

BILDUNG Kinder und deren Bildung liegen der Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft bei der Fußball-WM am Herzen. Ihr weltweiter Verband Education International hat gemeinsam mit der FIFA und der Globalen Bildungskampagne die Aktion „1GOAL – Bildung für alle“ auf den Weg gebracht. Auch sie sammeln Unterschriften. Spitzenfußballer und Fans sollen Regierungen Druck machen, damit sie in Entwicklungsländern mehr Geld für Lehrer und Schulen ausgeben. Bis zum Jahr 2015, so lauten die Millenniumsziele der Vereinten Nationen, sollen alle Kinder zur Grundschule gehen. „In Südafrika hat Education International drei Mitgliedsgewerkschaften“, berichtet Assibi Napoe, Afrika-Koordinatorin der globalen Bildungsgewerkschaft in Ghana. „Zwei gehören zum Gewerkschaftsdachverband COSATU und haben gute Beziehungen zur Regierung“. Sie kooperieren in der Globalen Bildungskampagne mit anderen Nichtregierungsorganisationen und mit

dem Büro des Präsidenten. Und haben Jacob Zuma gewonnen als Gastgeber bei einem Bildungsgipfel, der auch Geld für die Bildungskampagne sammelt.

Um Aufmerksamkeit und um gute Geschäfte bei der WM konkurrieren auch Südafrikas Straßenhändler. Für sie ist die FIFA eher Gegner als Bündnispartnerin: Sperrzonen um die Stadien, Vorrechte für Sponsor-Firmen und dass sie von zentralen Märkten vertrieben werden – all das erschwert ihre Geschäfte mit kleinen Andenken und Mahlzeiten. „Dabei gehören sie zu unserer Fußballkultur“, beschwert sich Nkosinathi Jikeka, der fliegende Händlerinnen und Händler bei „streetnet“ in Johannesburg gewerkschaftlich organisiert. „Normalerweise verkaufen sie Essen und Trikots in den Stadien, und sie verkaufen Vuvuzelas“, lange Tröten aus Plastik, mit denen Fans die Spiele begleiten. Ohne sie verlieren die Spiele den afrikanischen Charakter, fürchtet der Südafrikaner, – und die Kleinhändler Einkommen. „Erst hundert Tage vor Beginn der WM hat die Stadt Johannesburg zum ersten Mal mit Straßenhändlern gesprochen“, klagt Jikeka.

In Ländern, in denen fast 40 Prozent aller Arbeitsfähigen keinen festen Job haben, könnten deren Interessen in Zukunft früher in die Planung eines derartigen Riesengeschäfts einbezogen werden. Auch das wäre eine „Staffel“ zum Weiterreichen an die Brasilianer und deren WM 2014. Denn die ökonomische Struktur ihres Landes hat mit der südafrikanischen viel Ähnlichkeit. ■