
EXPRESS 8-02.11.05

EFFAT unterstützt Unilever Arbeitnehmer gegen Sozialdumping durch Shared Service Center in Osteuropa und Asien

Am 12 Oktober hat Unilever seine Beschäftigten darüber informiert, dass ein grosser Teil der Personal-, Finanz- und IT Abteilungen an externe Unternehmen ausgelagert werden sollen, die ihren Sitz in einem der Niedriglohnländer Osteuropas oder Asiens haben. Nach Bekanntgabe kam es zu spontanen Kundgebungen und Aktionen der Arbeitnehmer, Betriebsräte und Gewerkschaften in Deutschland, Frankreich und den Niederlanden. Der Vorsitzende des Europäischen Betriebsrates, Günter Balthes; hat dem CEO von Unilever folgenden offenen Brief geschrieben:

“Sehr geehrter Herr Cescau,

nach dem gescheiterten “Path to Growth” sollte mit One Unilever ein neuer Aufbruch organisiert werden. Mit neuen Köpfen und Ideen. Bereits jetzt ist feststellbar, nichts Wesentliches hat sich geändert.

Statt mit Märkten, Marken, Trends und Verbrauchern beschäftigen wir uns weiter mit Restrukturierungen, also mit uns selbst.

Die Shared Services Entscheidung hat in vielen Ländern geradezu einen Schock ausgelöst. Nicht nur bei den unmittelbar Betroffenen, sondern bei allen Unilever Mitarbeitern. Die Menschen sind in hohem Maße demotiviert und frustriert. Das nationale Management ist nicht mehr in der Lage, die Schäden der internationalen Unternehmenspolitik zu reparieren. Und das in einer Situation, wo Sie zur Realisierung der Ziele das totale Engagement der gesamten Mannschaft brauchen.

Mit diesem Shared Services Konzept laufen Sie einer völlig verfehlten Ideologie hinterher.

Dieses Konzept wurde von Theoretikern entworfen, die noch nie ein operatives Geschäft geführt haben. Alternativen sind kaum ersthaft geprüft worden.

Die prognostizierten Einsparungen werden niemals realisiert werden. Das sind Luftbuchungen, die in keinem Verhältnis zu den emotionalen Personalproblemen stehen.

Von einem verantwortlichen Management erwarte ich, dass vorhandene Probleme gemeinsam mit den Beschäftigten gelöst werden. Seit Jahren geht Unilever einen anderen Weg.

Probleme werden nicht gelöst, sondern verkauft.

Eine Unternehmenspolitik, die Kosten in Niedriglohnländer und Gewinne in die Schweiz verlagert, ist schon fragwürdig. Dies ist gesellschaftspolitisch höchst bedenklich und gegenüber unseren Beschäftigten nicht sozial. Hier jubeln bestenfalls einige Analysten; aber dies ist bekanntlich nicht von langer Dauer.

Warum gibt es dieses Fragezeichen für das Frozen Foods Geschäft?

Ein Management, das Vitality als Zukunftschance sieht und Frozen Foods in Frage stellt, ist unglaubwürdig.

Wer unsere sehr bekannten Marken bei Frozen Foods nicht zu profitabilem Wachstum führen kann oder will und gleichzeitig bei Slimfast riesige Abschreibungen vornehmen muss, hat auf ganzer Linie versagt und soll nach Hause gehen.

In der Öffentlichkeit werden wir als Firmenverkäufer wahrgenommen, weniger als Markenverkäufer. Wir sind in der Zwischenzeit kleiner als vor der Akquisition von Bestfoods. Das sagt eigentlich alles über die Unternehmenspolitik.

Was wir brauchen, sind positive Aufbruchsignale und keine Abbruchaktionen. Diese Signale können nur von Ihnen kommen – von ganz oben. Für eine überschaubare Zeit brauchen wir Klarheit darüber, mit welchen Geschäften Unilever die Zukunft bestreiten will?

Ich bin gerne bereit, in einem persönlichen Gespräch diese Punkte zu vertiefen. Noch besser wäre es, wenn wir Gelegenheit hätten, dies anlässlich der nächsten UEWC Plenarversammlung zu diskutieren.“