

#PERSONENVERKEHR 05. Juli 2018

GBR Vertrieb: Wie sieht die Zukunft der DB Vertrieb GmbH aus? Verramschen wir die CashCenter?

So bewertet Michael Kegelmann, der Vorsitzende des GBR Vertrieb GmbH, die Pläne des AG.



Michael Kegelmann, Vorsitzender des GBR Vertrieb GmbH

Die erste Sitzung des neu konstituierten Wirtschaftsausschusses der DB Vertrieb GmbH wartete für die Arbeitnehmervertreter*innen direkt mit einer schwerwiegenden Neuigkeit auf. Der Arbeitgeber verkündete das Cashmanagement der DB Vertrieb GmbH europaweit ausschreiben zu wollen. Die Nachricht erwischte uns eiskalt, der Schock saß tief.

Nachdem wir uns wieder halbwegs gesammelt hatten, forderten wir die Arbeitgeberseite auf, uns die Gründe für diesen Entschluss zu nennen. Gleichzeitig machten wir Druck die betroffenen Kolleg*innen schnellstmöglich zu in-formieren. Das geschah dann auch am 25.06.2018 vormittags in Stuttgart

für die CashCenter Freiburg und Sindelfingen und nachmittags in München für die CashCenter Nürnberg und München. Am 26.06.2018 wurden vormittags die CashCenter Offenbach, Neuss, Kassel und die Zentrale in Frankfurt/Main und nachmittags die CashCenter Hamburg, Berlin, Halle und NSL in Hannover informiert.

Die unternehmerische Entscheidung wird mit auf Prognosen und Hypothesen gestützte Annahmen gerechtfertigt, die aus Sicht der Arbeitnehmervertretungen nur sehr vage und teils schwer nachvollziehbar sind. Der Arbeitgeber geht dabei von einem signifikanten Bargeldrückgang bis zu 50 % und mehr innerhalb der nächsten zehn Jahre aus, der durch die zunehmende Digitalisierung der Vertriebskanäle noch verstärkt werde. Angeblich sei das Cashmanagement der DB Vertrieb GmbH nicht wettbewerbsfähig und befinde sich mit den CashCentern in einer unumkehrbaren Abwärtsspirale. Eine Möglichkeit das zu ändern sieht der Arbeitgeber indessen nicht, einzige Option sei der Ausstieg aus der Geldbearbeitung.

Die Ansage für die Zukunft war unmissverständlich: sofern kein Käufer für das Cashmanagement gefunden wird, werden die CashCenter in den nächsten zwei bis drei Jahren geschlossen und Geldbearbeitung als Dienstleistung auf dem Markt eingekauft. Das bedeutet, dass von diesem Vorgehen mittelfristig die Arbeitsplätze von bis zu 400 Mitarbeiter betroffen sind.

Für uns als Interessenvertreter ist das absolut der Schritt in die falsche Richtung! Wir, die örtlichen Betriebsräte und der Gesamtbetriebsrat, haben seit Jahren immer wieder angemahnt, dass im Bereich „Kasse“ ein Richtungswechsel, ein Umdenken stattfinden muss, um weiterhin am Markt bestehen zu können. Wir haben immer wieder gefordert, den Ausbau der Drittkunden massiv anzugehen und voranzutreiben.

Nehmen wir als Beispiel Karstadt: mit diesem Kunden hatten wir einen großen Player am Markt für uns gewinnen können. Wir hatten bereits den Fuß fest in der Tür. Doch was haben wir gemacht anstatt die Tür mit einem kräftigen Tritt aufzustoßen? Wir haben jahrelang alles beim Alten gelassen, uns dem Markt nicht angepasst und uns auf ursprünglichen Vereinbarungen ausgeruht. Dann aber holen wir von dem einen auf den anderen Tag den Kunden an den Verhandlungstisch, um ihm eine Preissteigerung von satten 25 % um die Ohren zu hauen. Bei so einem Vorgehen muss man sich nun wirklich nicht wundern, wenn der Verhandlungspartner sich über den Tisch gezogen fühlt und mit einem Knall die Türe schließt. Das sind ganz klare Managementfehler, die nun auf dem Rücken der Kolleg*innen ausgetragen werden, für die sie bluten und den Kopf hinhalten müssen.

Auch uns ist bewusst, dass der Bargeldbedarf zurückgeht. Die einzige Antwort, die der Arbeitgeber darauf hat, ist den Kopf in den Sand zu stecken und nichts zu unternehmen, um den Bereich „Kasse“ und die daran hängenden Arbeitsplätze zu retten.

Wir Arbeitnehmersvertreter*innen haben immer wieder darauf hingewiesen, dass wir nur am Markt bestehen können, wenn wir uns den veränderten Wettbewerbsanforderungen anpassen. Unsere Vorschläge und Forderungen waren Gegenstand unzähliger Gespräche mit den Verantwortlichen des Kassenbereiches. Wir forderten nicht nur ein aggressiveres Auftreten bei der Neukundenakquise. Wir erklärten uns sogar dazu bereit VSS-Touren auch am Wochenende und bei sehr weiten Distanzen Übernachtungstouren zu fahren. Außenabstellungen und Mini-CashCenter waren ebenfalls wiederholt Thema unserer Bemühungen, um nur einige Beispiele zu nennen. All diese Vorschläge haben sich Gesamtbetriebsrat und örtliche Betriebsräte gut überlegt. Mit diesen Maßnahmen wollten wir genau dem entgegenwirken, was der Arbeitgeber jetzt als Sargnagel für das Cashmanagement verwendet. Wir wollten den Bereich „Kasse“ wettbewerbsfähig und damit zukunftsfähig machen. Genau aus diesem Grund sind wir, gutgläubig wie wir waren, den schweren Weg mitgegangen im Raum Stralsund im Zuge einer Markterkundung -so nannte es zumindest der Arbeitgeber- die Abholung der Automaten an einen privaten Wertdienstleister zu vergeben. Wir wollten daraus lernen wie die Konkurrenz agiert und kalkuliert, um brauchbare Erkenntnisse zu gewinnen und das Cashmanagement zukunftsfähig aufstellen zu können.

Doch die einzige Konsequenz, die der Arbeitgeber zieht, ist den Bereich „Kasse“ europaweit zu verschleudern. Während der GBR gemeinsam mit den BR und der EVG nach Lösungen für den Erhalt der „Kasse“ gesucht haben, gingen die Bestrebungen der Kassen-Verantwortlichen von Anfang an nur in Richtung Verkauf und nicht in Erhalt der Arbeitsplätze und Weiterentwicklung des Cashmanagements. Was haben wir nicht alles getan, um die „Kasse“ wettbewerbsfähig und damit überlebensfähig zu gestalten? Wir begleiteten die Einführung des neuen Tourensteuerungsprogrammes, unterstützten die Entwicklung der neuen Kassenfahrzeuge und befürworteten ein neues Scanverfahren und die Anpassung der Kassenrichtlinie.

All das zeigt mehr als deutlich die Bereitschaft von den Kolleg*innen, sich gemeinsam mit dem Arbeitgeber den Herausforderungen des Wettbewerbs zu stellen, sich anzupassen und die Zukunft der „Kasse“ aktiv mitzugestalten. Doch wir wurden nicht ernst genommen. Mini-CashCenter wurden von vornherein ablehnt, während uns jetzt aus der mangelnden Präsenz in der Fläche ein Strick gedreht wird. Unser Vorschlag lange Touren durch Übernachtungsfahrten zu verbinden und solche Touren wirtschaftlicher zu

machen, wurden schlichtweg ignoriert. Lediglich die Außenabstellungen wurden halbherzig ausprobiert, aber nach den kleinsten Schwierigkeiten aus fadenscheinigen Gründen sofort wieder eingestellt. Um aggressiv Neukunden für uns gewinnen und Bestandskunden besser an uns binden zu können, waren wir sogar bereit Wochenend-touren zu fahren. Das wurde nicht mal in Erwägung gezogen. Stattdessen konnten unsere Vorschläge dem Arbeitgeber nur ein müdes Lächeln abringen.

Anstatt mit uns einen Neustart zu wagen, in die Mitarbeiter*innen zu investieren und nicht kampflös aufzugeben, denken die Verantwortlichen - wohl mit Rückendeckung der Unternehmensführung und des Konzerns- nur an den Ausstieg aus dem Cashmanagement, sei es durch Verkauf oder durch Schießung.

Wir fordern ein Umdenken, ein Überdenken des Vorhabens, weil das Cashmanagement, entgegen der Einschätzung des Arbeitgebers, sehr wohl zum Kerngeschäft der DB Vertrieb GmbH gehört. Unsere Gesprächsbereitschaft über die Zukunft der „Kasse“ ist trotz des enttäuschenden Vorgehens der Arbeitgeberseite ungebrochen. Wir sind überzeugt mit unseren Vorschlägen die „Kasse“ neu aufstellen und für die Zukunft wettbewerbsfähig gestalten zu können. Die CashCenter müssen der DB Vertrieb GmbH erhalten bleiben.