

Sozialpartnerschaft ist in Gefahr

Digitalisierung Der Dialog zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern ist bedroht. Jetzt müsse das System dringend reformiert werden, fordern Vertreter aus Wirtschaft und Politik.

VON DANIEL ZULAUF

Die Idee eines bedingungslosen Grundeinkommens war chancenlos. Vor zwei Jahren wurde sie in Form einer Volksinitiative an das Schweizer Stimmvolk herangetragen. Mehr als drei Viertel sagten Nein zu diesem Modell, obwohl es doch nahezu perfekt in die Welt der Zukunft zu passen scheint. Doch offensichtlich definieren sich die meisten Menschen in der Schweiz noch immer stark über ihren Beruf. Geld verdienen, ohne eine bezahlte Arbeit dafür zu leisten, ist deshalb für viele eine fremde Vorstellung.

Doch die Roboter nehmen auf die Liebe der Menschen zu ihrer Arbeit keine Rücksicht. Die Beratungsfirma McKinsey prophezeit, dass in der Schweiz in den nächsten 15 Jahren bis zu 1,2 Millionen Jobs der Digitalisierung zum Opfer fallen. Zwar soll die Entwicklung der Arbeitswelt auch viele neue Arbeitsplätze schaffen. McKinsey spricht von bis zu 800 000. Aber was macht ein Verkäufer, der seine Stelle verliert, weil sein Laden im Wettbewerb mit den Online-Händlern nicht mehr bestehen kann? Für eine Karriere als IT-Projektmanager oder Softwareingenieur fehlt ihm das Wissen. Für einen Job als Hilfskraft im Gesundheitswesen, wo die Nachfrage nach Arbeit stark zunehmen wird, mangelt es ihm vielleicht an der Motivation.

Der Verkäufer wäre also prädestiniert für ein Grundeinkommen. Doch für den Fall, dass er auch in 15 Jahren noch lieber Lohnarbeit verrichtet, müssen praktische Lösungen auf den Tisch. Das ist das Feld der **Fondation CH2048**. Die spendenfinanzierte Stiftung mit breiter Verankerung in der Welt der Firmen, der Arbeitnehmer, der Wissenschaft und der Politik schwebt quasi über den Institutionen. Diesen möchte die **Fondation** mit konkreten Ideen beliefern, wie die digitale Revolution zum Nutzen aller gestaltet werden kann. Die Stiftung verfolgt ehrgeizige Pläne, das zeigt schon ihr Name. 2048 ist das Jahr, in dem der moderne Bundesstaat seinen 200. Geburtstag feiert.

Debatte gefordert

Um dieses Erfolgsmodell langfristig zu sichern, sei eine breit angelegte wirtschafts- und sozialpolitische Diskussion «überfällig», sagt Christoph Koellreuter. Der Basler Ökonom, der viele Jahre das



Neue, digitale Welt: Der Spielzeug-Roboter in Hundeform aus dem Hause Sony beobachtet neugierig den Staubsauger von Hitachi an einer Elektronikfachmesse in Japan.

FRANCK ROBICHON/EPA/KEY

«Es ist höchste Zeit, die Rahmenbedingungen in einer konstruktiven Sozialpartnerschaft neu zu gestalten.»

Hans Werner Personalchef der Swisscom

Prognoseinstitut BAK Basel leitete, ist Gründer der Stiftung. «Das Ziel muss es sein, dass möglichst alle Erwerbsfähigen auch arbeitsmarktfähig bleiben und an den Digitalisierungsgewinnen teilhaben können», steht in einem Grundsatzpapier.

Die Gewinne durch die Digitalisierung sind naturgemäss am grössten, wenn der damit verbundene Strukturwandel nicht blockiert, sondern möglichst störungsfrei zugelassen wird. In der Vergangenheit hat die Schweiz den Strukturwandel zweifellos vorbildlich gemeistert. Die Basler Grosschemie zum Beispiel hat sich in eine enorm kompetitive Pharmaindustrie verwandelt, die inzwischen zum wichtigsten Exportzweig des Landes aufgestiegen ist. In einem ähnlichen Strukturwandel steckt zur Zeit die Finanzbranche. Auch dieser Übergang ist bislang vergleichsweise glimpflich über die Bühne gegangen, wenn man in Rechnung stellt, wie gross die wirtschaftliche Bedeutung der Banken für die Schweiz vor 15 oder 20 Jahren noch war.

Koellreuter führt den erfolgreichen Wandel wesentlich auf die Sozialpartner-

schaft zurück. Diese habe flexible Lösungen gebracht und gleichzeitig die notwendige Sicherheit für die Arbeitnehmenden gewährleistet.

Koellreuter ist überzeugt, dass die Schweiz diese Sozialpartnerschaft in die neue digitale Welt hinüber retten muss. Nur so könne sie ihre Wettbewerbsfähigkeit und das hohe Wohlstandsniveau verteidigen. Dafür hat die Stiftung fünf Empfehlungen zur Erneuerung der Sozialpartnerschaft formuliert. Die Empfehlungen basieren auf der Annahme, dass sich die Arbeitswelt gründlich verändern wird und neue Erwerbsformen jenseits langjähriger Festanstellungen eine grosse Bedeutung erlangen.

Konzepte, die aus der Zeit fallen

Flexible, teilweise auf Selbstständigkeit basierende Arbeitsformen passen in der Regel aber nur schlecht zum Konzept der Gewerkschaften. Sie sind es gewohnt, die Interessen der Arbeitnehmer über traditionelle Formen wie etwa Gesamtarbeitsverträge zu vertreten. Auch die Arbeitgeberseite denkt primär in diesem Muster.

Die Veränderungen in der Arbeitswelt bergen das Risiko, dass eine zunehmende Zahl von Beschäftigten nicht mehr durch diese Strukturen repräsentiert wird. Das hätte zunächst für die Arbeitnehmer selber erhebliche Nachteile, weil sie im Unterschied zu den Gewerkschaften eine schwache Verhandlungsposition gegenüber ihren Auftraggebern haben. Umgekehrt sähen sich aber auch die Gewerkschaften selber geschwächt, wenn ihnen die Mitglieder abhanden kämen.

Mit einer Ausweitung der Sozialpartnerschaften ist der Wandel aber noch nicht geschafft. Nötig seien auch gesetzliche Anpassungen der Sozialversicherungssysteme, schreibt die Stiftung. Zu lösen gelte es insbesondere das Problem, dass Selbstständigerwerbende etwa bei der beruflichen Vorsorge oder bei der Arbeitslosenversicherung den Angestellten gegenüber schlechter gestellt sind. Eine wie auch immer geartete Gleichstellung wäre aber mit höheren Kosten für die Sozialversicherungssysteme verbunden, was wiederum ein neues Finanzierungsmodell über Steuern nötig machen würde.

Alles muss überdacht werden

Auch in der Berufs- und Weiterbildung öffnen sich Lücken zwischen selbstständig und unselbstständig Erwerbenden, die es auf einem hohen und zukunftsfähigen Niveau zu schliessen gelte. Mindestens über die Herausforderungen scheinen sich die Mitglieder der Stiftung einig zu sein. Stefan Studer, Geschäftsführer des Verbandes Angestellte Schweiz, sagt: «Die digitale Welt wird nicht nur den Arbeitsplatz verändern, sondern auch die Einstellung zur Arbeit, zum Arbeitgeber und gegenüber den Verbänden». Für Letztere werde es unerlässlich sein, frühzeitig ihr Ökosystem grundlegend zu überdenken und anzupassen. Angebot, Ausrichtung und Handeln müssten neu definiert werden, ansonsten drohe den Verbänden, dass sie von der Geschwindigkeit der Anpassungsprozesse überrollt würden.

Arbeitgeberseitig ergänzt Swisscom-Personalchef Hans Werner: «Die Digitalisierung bringt eine Vielfaltigkeit der Laufbahnen, Anstellungsbedingungen, aber auch der Führungs- und Zusammenarbeitsformen hervor. Die diversen Systeme der sozialen Absicherung und angestammte Denkweisen werden dem nicht mehr gerecht. Es ist höchste Zeit, diese Rahmenbedingungen in einer konstruktiven Sozialpartnerschaft neu zu gestalten.»

Das Abstimmungsergebnis über das Grundeinkommen ist ein Fingerzeig, dass die Sozialpartner und der Staat diesen schwierigen und langen Weg gemeinsam in Angriff nehmen sollten. So scheint es die Bevölkerung zu wollen.

«Big Pharma» in Trumps Visier

Medikamente US-Regierung will die Kostenexplosion im Gesundheitswesen bremsen.

VON RENZO RUF, WASHINGTON

Neue Runde im Kampf um Transparenz im Milliardengeschäft mit verschreibungspflichtigen Medikamenten. Zu Wochenbeginn gab US-Gesundheitsminister Alex Azar bekannt, dass TV-Werbepots, in denen Arzneimittel wie Humira (Hersteller: AbbVie), Lyrica (Pfizer) oder Trulicity (Eli Lilly) beworben werden, künftig auch den Listenpreis des Medikaments enthalten müssten – sofern das Medikament mehr als 35 Dollar pro Monat kostet. Dieser Schritt sei notwendig, damit sich die Konsumenten «besser» informieren könnten.

Die Pharmaindustrie ist anderer Meinung. PhRMA, der Dachverband der führenden Medikamentenhersteller, dem auch der Schweizer Konzern Novartis angehört, gab bekannt, die neue Vorschrift nötigenfalls auf dem Rechtsweg zu bekämpfen. Die Argumentation des Cheflobbyisten Stephen Ubl: Die Veröffentlichung des Listenpreises schaffe Verwirrung, da die meisten Kon-

sumenten ihre Medikamente über eine Krankenversicherung bezögen und ihnen ein anderer Betrag verrechnet werde. «Die Patienten wollen dies nicht und sie benötigen dies nicht», sagt Ubl.

Stattdessen will PhRMA in den nächsten Monaten eine Datenbank publik machen, in der sich die Konsumenten über die Preisgestaltung eines Arzneimittels informieren können. Diese Datenbank werde Informationen über die Bandbreite der Rabatte enthalten, die Pharmakonzerne den Versicherungen, den Zwischenhändlern und den Konsumenten gewährten. Sämtliche 33 PhRMA-Mitglieder hätten sich bereit erklärt, in ihren TV-Werbepots auf den neuen Service aufmerksam zu machen.

Mehr Preis-Transparenz

Branchenbeobachter sagen, dass die neue Regel grundsätzlich keine schlechte Idee sei. So seien Pharmakonzerne in den letzten Jahren dazu übergegangen, einige ausgewählte Medikamente aggressiv zu bewerben, um ein Bedürfnis für diese teuren Arzneimittel zu schaffen. Ein Beispiel: Das TV-Werbebudget für Humira, ein Medikament zur Behandlung der rheumatoiden Arthritis, belief sich allein im September 2018 auf

26,5 Millionen Dollar, wie der Branchendienst iSpot.tv berechnete. Die «New York Times» schrieb, dass eine Behandlung mit Humira jährliche Kosten von mehr als 38 000 Dollar verursachen könne.

Die Pharmaindustrie stellt sich auf den Standpunkt, dass die Regierung Gefahr laufe, das Recht auf freie Meinungsäusserung zu verletzen – weil das Gesundheitsministerium versuche, private Firmen dazu zu zwingen, ihre Werbespots zu ändern. Juristen allerdings weisen diese Argumentation zurück.

PhRMA sagt schliesslich auch, dass der Listenpreis in der Pharma-Industrie eine andere Bedeutung habe als zum Beispiel im Autohandel. So kann es tatsächlich einem Spiessrutenlaufen gleichkommen, wenn ein US-Konsument herausfinden will, wie viel Geld eine Therapie mit verschreibungspflichtigen Medikamenten kosten könnte. Diese Argumentation allerdings ist Wasser auf die Mühlen der Regierung Trump. Azar spricht oft und gerne darüber, wie er radikale Preis-Transparenz schaffen wolle, und sämtliche Rabatte, die Pharmaunternehmen, Zwischenhändler und Krankenversicherungen einander gewähren, abschaffen wolle.

Roche-Chef: Kein Stellenabbau geplant

Die Frage drängte sich auf. Anlass dazu gab der massive Stellenabbau von Novartis. Der Lokalrivale will über 2100 Stellen in der Schweiz abbauen. Hat Roche ähnliche Pläne? Es gebe keine solchen, sagte Konzernchef Severin Schwan kurz und knapp. Während der Telefonkonferenz zu den Neunmonatszahlen bekräftigte der Manager, dass die Schweiz auch weiterhin der Ankerpunkt für das Unternehmen bleibe. Ein Blick auf den Personalbestand zeige, dass dieser seit Anfang Jahr stabil geblieben sei. «Natürlich kommt es innerhalb des Konzerns zu Verschiebungen in den unterschiedlichen Abteilungen, aber an der eigentlichen Zahl hat sich kaum etwas geändert». Und das solle auch in Zukunft so bleiben.

Völlig überraschend wäre ein solcher Schritt nicht gewesen. Roche ist derzeit mit dem Patentablauf von zwei der drei umsatzstärksten Medikamente betroffen. Doch wie die aktuellen Zahlen zeigen, kommt Roche bislang glimpflich davon. Beobachter als auch das Unternehmen selbst waren zu Beginn des Jahres skeptischer.

Entsprechend konservativ war zunächst der Ausblick für das laufende Jahr.

Doch es kam anders. In den ersten neun Monaten erhöhte sich der Umsatz um 7 Prozent auf 42,1 Milliarden Franken. Selbst zu konstanten Wechselkursen ergibt sich die gleiche Wachstumsrate. Roche hat dies vor allem neueren Medikamenten zu verdanken. Diese hätten ganze 90 Prozent zum Umsatzwachstum beigetragen, sagte Schwan. An vorderster Stelle steht ein Mittel gegen Multiple Sklerose. Das Medikament namens Ocrevus spülte dem Pharmakonzern 1,7 Milliarden Franken in die Kasse, obwohl es erst im vergangenen Jahr in den USA die Zulassung erhielt.

Dennoch ist die Gefahr durch günstigere Versionen der umsatzstärksten Medikamente noch nicht gebannt. Diese Kopien werden in den USA im nächsten Jahr lanciert. Das Land ist mit Abstand der wichtigste Markt für Roche. Ob die neuen Medikamente denn zu erwartenden Umsatzausfall ebenfalls ausgleichen können, bleibt abzuwarten. (MKA)