

## Winning at Walmart

Skrevet af: **Alex Wood** | Offentliggjort: 15. februar 2014

---

*I USA er "Vores Walmart" kampagnen bevis på en ny tendens i fagforeningsorganisering. Forfatteren har fulgt kræfterne bag den nye måde at kæmpe på.*

"Det er vidunderligt, det giver en magt, en stemme, det beskytter dig. Vi har aldrig haft det før - det giver en magt siger Nicole, en "Vores Walmart" organisator.

På 'Sorte Fredag', den travleste shopping dag i november 2013, iscenesatte Walmart ansatte deres første nationale strejke. 500 medlemmer af Organisationen United for Respect Hos Walmart (Vores Walmart) nedlagde arbejdet og sluttede sig de 30.000 demonstranter, som protesterede mod lav løn, atypisk arbejdstid og dårlige arbejdsvilkår i 47 stater. Hundrevis deltog også i masse demonstrationer under Walmarts aktionærmøde den 7. juni i Arkansas. "Vores Walmart" har nu opbygget et medlemskab på flere tusinde tidligere og nuværende ansatte.

Walmart er verdens største selskab og den største private arbejdsgiver med en global arbejdsstyrke på 2,2 mio. ansatte. Walmart har altid været imod at samarbejde med fagforeninger. Da virksomheden meget hurtigt voksede i 1970'erne og 1980'erne var taktikken at undgå de storbyområder, hvor fagforeningerne var stærkest. Det var ikke før 2003, at virksomheden følte at organisationsgraden var tilstrækkelig lav til at gøre det muligt at udvide til byer som Los Angeles.

Til trods for den manglende anerkendelse, har fagforeningerne forsøgt at præge Walmarts udvikling ved at forhindre virksomhedens udvidelse, bremse dens vækst, og forbedre de ansattes arbejdsvilkår. Men i takt med den faldende organisationsgrad<sup>[1]</sup>, er arbejdsforholdene på Walmart faldet især siden midten af 00'erne.

Walmart's *modus operandi* er at presse mere produktivitet ud af en mindre og mindre arbejdskraft. Denne strategi er blevet hjulpet på vej af den økonomiske krise og høje arbejdsløshed. Lønnen hos Walmart er tæt på mindstelønnen, og mange ansatte får ikke reelle årlige lønstigninger. Afdelinger er underbemandede, men arbejdsbyrden intensiveret i en sådan grad, at alvorlige skader er almindelige.

For at presse arbejdskraften til det yderste bruger Walmart barske disciplinære tiltag. Arbejdstagere har ingen ret til appel og nægtes både advokat og en bisidder, som ikke er en del af ledelsen. Walmarts magt understøttes af arbejdsmarkedslove, der giver arbejdsgiverne ret til at opsigte "fast" ansatte uden varsel. Dertil kommer, at der ingen ret er til et vist antal timer, der varierer med 50-100pct uge-til-uge, ofte uden regelmæssige skiftmønstre eller fridage.

Dette gør det umuligt for arbejdstagerne at have en stabil indkomst eller planlægge deres familieliv og sociale liv. Mens ledelsesmæssig kontrol med forbrugte timer gør det lettere at matche udbuddet af arbejdskraft til kortsigtede ændringer i efterspørgslen, udmønter det sig også i direkte kontrol af de enkelte arbejdstagere: Sådan at forstå at hvis ledelsen føler, at man skaber mishag, kan pågældende medarbejder pludselig opleve, at timerne er blevet skåret ned eller flyttet. Lederne har ingen betænkeligheder ved at benytte sig af disse metoder for at slippe af med arbejdstagere, der ikke anses for at være produktive nok. Det gælder også i forhold til ansatte med kroniske sygdomme - hvoraf mange ikke kan få adgang til sygeforsikring gennem Walmart. I en nylig sag, forsøgte en leder at skille sig af med en medarbejder med kræft i bugspytkirtlen (han døde, før han kunne blive fyret). I en anden sag blev en 70-årig kvinde, som led af inkontinens, fyret for at gå på toilettet for

ofte.

### **Kollektiv magt.**

Situationen for Walmarts ansatte kan nok bedst beskrives som en tilstand af strukturel svaghed. De har ingen reelle forhandlingsmuligheder og arbejder ikke i et stramt arbejdsmarked eller strategisk vigtig industri. Det betyder, at de kan erstattes når som helst. Walmart har udnyttet denne svaghed og øget den ved at lukke butikker og endda hele afdelinger over hele USA, frem for at acceptere de ansattes medlemskab af fagforeninger.

På trods af dette, har "Vores Walmart" kampagnen vist, at arbejdstagerne kan opbygge magt igennem kollektiv organisering. "Vores Walmart" har gjort dette ved at fokusere på fire indbyrdes forbundne elementer af organisering: det organisatoriske, juridiske, teknologiske og taktiske.

Selvom fagforbundet - the United Food and Commercial Workers' Union (UFCW) - bidrager med økonomisk bidstand og ekspertise, er det vigtigste mål ikke at øge organisationsgraden. Det er fortsat en ambition, men alle involverede accepterer, at på kort sigt, er det urealistisk. Lovgivningen på det amerikanske arbejdsmarked kræver en formel accept på hver enkelt arbejdsplads. Og det selv om et flertal af arbejdere har tilsluttet sig. Walmart har vist sig at være yderst dygtige til at vinde sådanne afstemninger. Det gør de ved at hyre eksperter til at køre intensive 'anti-union' kampagner. Så ubarmhjertig er selskabetsstrategien, at Human Rights Watch fastslår at "det krænker arbejdstagernes internationale anerkendte ret til foreningsfrihed". Derfor er "Vores" Walmart en forening, og ikke en fagforening.

At være en forening tillader også arbejdere at fremme en ny kollektiv organiseringsform i et land, hvor der er et højt niveau af antipati og mistro overfor fagforeningerne. Medlemmerne understreger over for deres kolleger, at foreningen er drevet af og for Walmart ansatte og ikke udenforstående eller fagbosser. Dette nødvendiggør, at kampagnen tilskynder til deltagelse og giver en reel magt.

Når organisation har fuldtidsansatte, som arbejder på vegne af andre, er magtcentralisering og bureaukratisering en bekymring. Men på de møder, jeg deltog i, blev jeg mindet meget mere om møder i klimabevægelsen end traditionelle møder i en fagforening. Fuldtids aktivister opfordrer alle til at deltage aktivt og give plads til andres synspunkter. I mine fortrolige samtaler med medlemmerne, gav de samstemmende udtryk for en klar følelse af ejerskab af foreningen og de beslutninger, der tages.

### **Strejke som symbol**

Omgåelse af valg på arbejdspladesen er ikke kampagnens eneste innovative taktik. Arbejdsretten er også blevet brugt til arbejdernes fordel. Juridisk har den enkelte ret til at strejke, uden at man behøver at være medlem af en anerkendt forening. Eneste krav er fremsættelse af påstand om 'uretfærdig arbejdspraksis' (ULP) til the Labour Board. Det betyder, at arbejdere har mulighed for at strejke og det uden at danne en fagforening eller holde et valg. Samtidig er de beskyttet af the Labor Board mod repressalier eller afskedigelse.

"Vores Walmart" har også gjort udstrakt brug af sociale medier. Mange arbejdere har fortalt mig om hvor vigtig Facebook var, da de tog deres første skridt mod at blive aktive. "Vores Walmart" forkæmper Brad forklarer: "Du er vant til at håndtere din egen butik. Men når du ser det er landsdækkende og du taler til andre mennesker, bliver man helt blæst væk. "

De ansatte føler sig ofte isolerede i deres egen Walmart butik, fordi arbejdsgiverens kontrol modvirker diskussion af dårlige arbejdsvilkår. Uden behov for mellemmand, er de ansatte nu i stand til at få forbindelse med mere end 22.500 andre medarbejdere og tilhængere, der i øjeblikket er tilmeldt "Vores Walmart"-gruppen på Facebook ([www.facebook.com/OURWMT](http://www.facebook.com/OURWMT)). Derigennem har

de langt bedre mulighed for at forstå, at de problemer, de står over for, langt fra er isolerede eksempler. Nye medlemmer kan hurtigt få overblik over den støtte og mediebevågenhed kampagnen genererer. Internettet bliver også brugt af foreningen til at tilbyde uddannelse og støtte til medlemmer som ikke har mulighed for fysisk at deltage. Specielt videokonferencer er med til at opbygge en kollektiv identitet blandt arbejdere spredt over hele landet, og giver dem en mulighed for at deltage i beslutningsprocessen.

Igennem den kombinerede brug af ULP reglerne og de sociale medier har "Vores Walmart" udviklet en innovativ strejke taktik. Normalt forsøger strejker at ramme selskabet på tegnebogen, men "Vores Walmart" har ikke nok medlemmer til at ramme deres overskud. Selv under Black Friday aktionen, var det kun en håndfuld medarbejdere fra hver butik med over 200 ansatte som deltog. Så det var let for virksomheden at finde afløsere til de strejkende arbejdere.

I "Vores Walmart" kampagnen, fungerer strejker i stedet primært som en form for symbolsk protest.

Viljen til at deltage viser en arbejdstagers engagement og beslutsomhed, og denne effekt forstærkes gennem en sofistikeret mediestrategi. På trods af at kun et lille antal arbejdstagere deltog i Black Friday aktionen, fik de rent faktisk en stor del mediebevågenhed, da de nedlagde arbejdet for en relativ kort periode. Strejkens betydning blev også forstærket igennem foreningens samarbejde med lokalsamfundet, som de satte en masse kræfter i at opbygge. For eksempel sluttede mere end 1.000 mennesker sig til en blokade af Walmart butikken i LA.

Det er specielt dette, der giver deltagerne magt. Ashlyn, der gik i strejke på Black Friday, minder om, at de "havde en masse folk som støttede dem... Da jeg så alle de mennesker, var det ligesom, åh min Gud, det her er noget vigtigt, jeg vil fortsætte, og jeg vil ikke give op."

På den måde har "Vores Walmart" forvandlet strejken fra en taktik, som forsøger at påføre økonomisk skade til noget mere beslægtet med UKuncut. En britisk græsrodsbevægelse som benytter sig af ikke-voldelige tiltag og som er meget dygtige til at bruge medierne. For eksempel, var der under Black Friday en gruppe ansatte, familiemedlemmer og et medlem af præstestanden som spærrede vejen til en butik i to timer i en planlagt ulovlig blokade, før de blev arresteret. De risici som sådanne handlinger indebærer for de involverede er også en vigtig måde at styrke medlemmernes engagement i foreningen.

### **Reorganisere arbejdstagere**

Walmarts omdømme er blevet ramt særdeles hårdt på et tidspunkt, hvor virksomheden oplever en markedsmætning indenfor de traditionelle områder og er presset af international konkurrence. Ekspansion til storbyområderne, som de tidligere har undgået, er derfor altafgørende, men den bliver nu ofte blokeret af lokale myndigheder. Det er baggrunden for, at selskabet ikke har åbnet butikker i New York, og én i LA.

At begrænse Walmarts vækst i disse områder, indtil de forbedrer vilkårene for de mange ansatte, udgør et vigtigt led i "Vores Walmarts" strategi. Dette omfatter masseprotester og at få nuværende medarbejdere til at tale imod selskabet på medier og i lokalområdet. For eksempel havde "Vores Walmart" og UFCW i 2012 mobiliseret 10.000 mennesker til at marchere imod planerne om en Walmart i LA China Town. En ansøgning i New York blev ligeledes afvist takket være "Vores Walmart" kampagne. Denne strategi er også til fordel for UFCW, fordi den beskytter de butikker, som har organiserede medarbejdere og af den grund bedre vilkår, fra konkurrencen med Walmarts uorganiserede arbejdskraft.

Allerede nu har "Vores Walmart" haft en stor betydning for faglige kampe i USA. Det er muligt at mobilisere arbejdstagere med næsten ingen strukturel magt. Hvis kun én ud af ti timelønnede hos

Walmart sluttede sig til foreningen, er der tale om 100.000 arbejdere, med en formidabel menneskelig og økonomisk slagkraft.

Det er muligt. Der hvor foreningen har koncentreret sine kræfter, har en tiendedel af de ansatte tilsluttet sig kampagnen. I nogle butikker, er tallene nået op på mellem 20 og 40 procent. Som reaktion herpå har Walmart vist sig villig til at forbedre arbejdsvilkårene for de ansatte som for eksempel planlægning af arbejdstiden. Kampagnen ser ud til at vinde andre forbedringer. Så længe det ikke koster for meget. Selv støtte til at hæve den føderale mindsteløn er ikke utænkelig ud fra rationalet om, at det vil øge forbruget, uden at svække konkurrenceevnen. En skønne dag vil sådanne sejre kunne forbedre "Vores Walmart" muligheder for at vinde flere mærkesager og måske en dag anerkendelse.

Lad det være sagt. Den situation, som de traditionelle fagforeninger i USA befinder sig i, er mildest talt elendig. Men det er vigtigt at erkende, at nye former for arbejdsorganisation altid er opstået ud fra allerede eksisterende. Da Ford introducerede samlebåndet, varslede man arbejderbevægelsens død. Fagbevægelsen blev opdelt efter arbejdernes kvalifikationer, håndværkerlag, og de nye tider var med til at udvide det potentielle udbud af arbejdskraft. Det tog henved 30 års militant kamp, og udviklingen af nye organisatoriske former og taktikker, for at komme til erkendelse af, at Fordism i virkeligheden havde skabt en grobund for en langt større fagforeningsorganisering. Der er derfor grund til at håbe, at de innovative metoder, som "Vores Walmart" har udviklet, vil muliggøre en lignende udvikling af arbejderbevægelsen på et højere niveau i det 21. århundrede.

Oversættelse: Torsten Geelan

---

[1] Overalt i USA er medlemskab af fagforeninger i den private sektor faldet dramatisk i løbet af de seneste to årtier. I dag er kun 7 % af den samlede arbejdsstyrke medlem af en fagforening - det laveste siden 1932. Men ud af denne krise er der kommet en villighed til at benytte sig af nye metoder.