

Why We Want and Need a Collective Wage Agreement

A Summary of Markus Friedel's (IG Metall) Talk at the General Staff Meeting in Rhein-Mosel-Hall on January 31, 2023

Allow me to introduce myself briefly. My name is Markus, and I am 53 years old. I have been living in Koblenz for a year and a half, but I'm originally from Baden-Württemberg, near Heilbronn. In 1984, I completed an apprenticeship as a machine fitter, and in 2001, I started working as a maintenance technician in the automotive supply industry at KS ATAG. At some point, I became a works council member and later its chairman, also serving on the supervisory board of the corporation. In 2021, I started working for IG Metall and moved to Koblenz. In my leisure time, I enjoy biking, and I can be called a "bike addict." My first biking experiences were cross-country races and downhill in the early 90s, where both races were still ridden with the same bike on the same weekend. My first marathon race was the Grand Raid Christalp in 1994, and I later crossed the Alps several times along different trails. In over 20 years, I have explored the MTB world as much as possible, and today, I enjoy going on bike tours and visiting bike parks with my son.

Now let's talk about Canyon. Canyon is a company in the bicycle industry that stands out. Mr. Roman Arnold has achieved a great feat in turning a small family business into a global player. He has always brought the right people to Canyon at the right time, including Lutz Scheffer, Michael Kaiser, Tony Fadell, and James Le Bron. It is like an "American Dream" coming true. But is this dream "Made in Germany" as well? We'll come back to this question later. Meanwhile, the company's success today would not have been possible

Zu meiner Person: Ich bin Markus, 53 Jahre alt und lebe seit eineinhalb Jahren in Koblenz. Ursprünglich komme ich aus Baden-Württemberg, dem Kreis Heilbronn. Dort habe ich 1984 eine Ausbildung zum Maschinenschlosser absolviert. 2001 habe ich als Instandhalter in der KS ATAG (Automobil Zulieferindustrie) angefangen zu arbeiten. Nach und nach bin ich in diesem Unternehmen Betriebsrat und später Betriebsratsvorsitzender (auch im Aufsichtsrat des Konzerns) geworden. Im Mai 2021 bin ich dann in die IG Metall gewechselt und dort seitdem in Koblenz beschäftigt. Parallel dazu bin ich seit Anfang der 90er Jahre dem Bike Virus verfallen. Angefangen mit Cross-Country Rennen und Downhill. Damals ist man am selben Wochenende mit dem gleichen Bike noch beide Rennen gefahren. Mein 1. Marathonrennen war 1994 der Grand Raid Christalp. Bis zu Alpenüberquerungen war über 20 Jahre alles dabei. Heute bin ich oft mit meinem Sohn auf Radtouren und im Bikepark unterwegs.

Jetzt aber zu Canyon. CANYON... ein Unternehmen der Fahrradbranche wie kein Zweites. (so fängt meine inhaltliche Beschreibung in einem anderen Artikel auf dieser Homepage an ... und auch mein Einstieg auf der Betriebsversammlung – noch ohne den schwarzen Fleck). Roman Arnold hat es hinbekommen, aus einem kleinen Familienbetrieb einen globalen Player zu formen. Und immer wieder hat er zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Personen zu Canyon geholt. Angefangen bei Lutz Scheffer, über Michael Kaiser, Tony Fadell, bis zu James Le Bron. Man kann ohne Übertreibung sagen „an American Dream“. Die Frage ist nur, auch „Made in Germany“? – Das beantworten wir später.

Den Erfolg, den Canyon heute hat, wäre jedoch ohne die gesamte Mannschaft bei Canyon nicht

without the people at Canyon.
Everyone has contributed their part!

The numbers tell a clear story: the meteoric rise of Canyon in recent years. Revenue and profits have significantly increased every year. It is no wonder that Mr. Roman Arnold concluded in the Canyon documentary (Canyon - the Inside Story): 'In my opinion, Canyon is now the leading company in the bicycle industry... and we want to shape the future of cycling.' Senior managers at Canyon frequently compare the company to the car manufacturer Porsche in this sense.

With great respect, it is the people working at Canyon who inspire other bike enthusiasts and make the dreams of children, men, and women come true, not just in Germany but far beyond its borders. Bike fans in the US also get excited when talking about Canyon. Even Joe Breeze, a founding father of MTB, couldn't stop raving about Canyon when I talked to him at the end of last year.

That's the view of Canyon by externals. What happens when we look from the inside? while Canyon offers a lot of benefits such as after-work rides, employee discounts, and Christmas parties, employees ultimately go to work because they need to make a living. Although it makes a person proud to say that they are a part of Canyon, it's not enough if the pay and working hours are far from the standard that is no longer explainable. So, what is the standard?

möglich gewesen. Jeder Einzelne hat seinen Teil dazu beigetragen!

Die Zahlen zeigen ganz eindeutig den kometenhaften Aufstieg von Canyon in den letzten Jahren. Nicht nur die Umsätze, auch die damit verbundenen Gewinne sind jedes Jahr deutlich gestiegen. Und deshalb sagt Roman Arnold zurecht in der Canyon Reportage (Canyon – the Inside Story): „Meiner Meinung nach ist Canyon heute führend in der Fahrradbranche ... und wir wollen die Zukunft des Radsports prägen“. Und immer wieder kann man von anderen Canyon Führungskräften den Vergleich mit Canyon und Porsche hören.

Voller Hochachtung muss man anerkennen, dass bei Canyon die Menschen arbeiten, die andere Radbegeisterte zum Träumen bringen und Träume dieser Kinder, Männer und Frauen wahr werden lassen. Und das nicht nur in Deutschland, sondern weit über die Grenzen hinaus. Bis in die USA bekommen Menschen leuchtende Augen, wenn sie über Canyon sprechen. Sogar Joe Breeze, so etwas wie der Urvater des MTB, kommt aus dem schwärmen nicht hinaus, als ich mich Ende letzten Jahres über Canyon mit ihm unterhalten habe.

Soviel zu der Aussensicht auf Canyon. Aber was geschieht, wenn man sich das Unternehmen von innen ansieht? Angefangen bei Afterwork Ausfahrten, über Mitarbeiterrabatte, bis zu Weihnachtsfeiern wird einiges angeboten. Allerdings gehen Canyon Beschäftigte schlussendlich wegen dem Geld, mit dem sie ihren Lebensunterhalt bestreiten müssen, arbeiten. Sicherlich macht es einen Menschen stolz, wenn er von sich behaupten kann, dass auch er ein Teil von Canyon ist. Aber was hilft das, wenn die Bezahlung und die Arbeitszeiten so sehr vom Standard (Standard ... dazu kommen wir gleich) entfernt sind, dass es nicht mehr erklärbar ist?

Canyon management often says, "Our framework, including payment, suits the market well." However, I take a different approach. Canyon is not like any other bicycle company. Other companies now look at Canyon through binoculars because none of them can keep up with Canyon. Therefore, the right question to ask is, what or whom is Canyon comparable to?

The answer is quick to find - German car manufacturers! Between car manufacturers and Canyon, there are identical processes with comparable value chain structures – from development to production to the showroom, and service (either digital or over the phone in many cases in the auto industry).

German car manufacturers have settled collective wage agreements of the Metal and Electrical Industry with IG Metall. Let's take a brief look at the personnel cost ratio, which implies how employees are paid in a company.

Generally speaking, the higher the human factor in the manufacturing process, the higher the personnel cost ratio. Or to put it in another way: the higher a production process is automated, the lower the personnel cost ratio.

As the graph shows, a bakery business has a much higher wage cost ratio (45%) than automotive manufacturers (22%), which have automated many production steps. ... And then there's

Die Antwort, welche ich immer wieder mal von der Canyon Führung höre, ist: „Unsere Rahmenbedingungen, auch die Bezahlung sind marktgerecht.“ Meine Meinung dazu ist eine ganz andere. Man kann die Rahmenbedingungen und damit verbundene Lohngestaltung nicht mehr mit anderen Unternehmen in der Fahrradbranche vergleichen. Diese anderen Unternehmen betrachten Canyon mittlerweile mit dem Fernglas, weil kein zweites an Canyon herankommt und sie deshalb auf Canyon schauen, um einigermäßen mithalten zu können.

Deshalb sollte die Frage gestellt werden, mit was oder wem ist Canyon vergleichbar und somit marktgerecht. Ohne "Äpfel mit Birnen zu vergleichen".

Die Antwort auf die Frage ist relativ einfach zu beantworten – die deutschen Automobilhersteller! Von der Entwicklung, über die Produktion, den Showroom und den Service (heutzutage auch in der Automobilindustrie in vielen Fällen digital oder übers Telefon): Es sind identische Abläufe mit vergleichbaren Strukturen.

Wenn Canyon mit den Automobilherstellern in Deutschland vergleichbar ist, welche in der IG Metall unter den Tarifverträgen der Metall und Elektroindustrie beheimatet sind, dann lasst uns mal kurz in Zahlen hineinschauen. Nehmen wir die Personalkostenquote. Daraus kann man unter anderem ableiten, wie Beschäftigte in einem Unternehmen entlohnt werden. Hier kann man grundsätzlich eine Aussage tätigen: „Je höher der menschliche Faktor vom Herstellungsaufwand ist, desto höher ist die Personalkostenquote, was gleichzeitig bedeutet: Je höher ein Produktionsprozess automatisiert ist, umso geringer ist die Personalkostenquote.“

Wenn man sich jetzt die Grafik anschaut, fällt sofort auf, dass ein Bäckereibetrieb eine höhere Lohnkostenquote hat als die Automobilhersteller, die viele Produktionsschritte automatisiert

Canyon, which has a personnel cost ratio far off (about 12% over the past few years). Something doesn't fit here!

The formula for calculating the personnel expense ratio is: personnel cost ratio = personnel expenses / total output.

What does this mean to Canyon employees, particularly those in lower salary brackets? Despite working 40-hour contracts, many employees cannot live on their income at Canyon. As a result, they are forced to take on a second job just to make ends meet. We're not talking about being able to afford luxuries like vacations or special expenses; even with a second job, these employees are only able to afford the most necessary. This situation may be manageable for a single person, but when you have a family to support, it becomes unacceptable, as many employees have pointed out.

Despite the many positive aspects of working at Canyon, we must acknowledge that the picture is not complete. It should be possible for employees to live on the wages they earn from their employer. Unfortunately, this is not always the case at Canyon, and action must be taken to address this issue.

So what does "taking action" mean? The IG Metall members at Canyon don't expect to be given Porsches (to use a car analogy), but they also don't want to be given a vehicle with only one seat and no doors (no matter how cool it may look). What they need and expect is a standard of living that is as basic as a VW Polo. And for Canyon, that standard is the IG Metall collective

haben. ... Und dann kommt weit abgeschlagen Canyon! (ca.12% wie hier zu sehen über die letzten Jahre) ... Hier kann etwas nicht passen!

Die Formel zur Berechnung der Personalaufwandsquote lautet:
Personalkostenquote = Personalaufwand / Gesamtleistung.

Die Auswirkung bei den Beschäftigten (vor allem in den unteren Entgeltbändern) von Canyon bewirkt folgendes. Etliche Beschäftigte können trotz 40 Stunden Verträgen von ihrem Einkommen bei Canyon nicht leben. Dadurch sind sie gezwungen, einem Zweitjob nachzugehen, um nur einigermaßen über die Runden zu kommen. Und hier reden wir nicht davon, dass sie sich einen Urlaub leisten können oder Geld für Sonderausgaben auf die Seite bekommen. Nein, trotz Zweitjob leben sie von der Hand in den Mund und leisten sich nur das nötigste. Das mag zwar bei einem „Single“ noch funktioniert, aber spätestens, wenn man für eine Familie mit Kindern verantwortlich ist, ist dieser Zustand nicht mehr hinnehmbar (sagen viele Beschäftigte)

Aus diesem Grund muss man trotz allen positiven Effekten, welche zweifelsohne eine Beschäftigung bei Canyon mit sich bringt sagen, dass Bild bei Canyon ist nicht rund. Im Endeffekt muss es möglich sein, von der Entlohnung bei seinem Arbeitgeber leben zu können. Dies ist bei Canyon nicht sichergestellt. Und genau hier müssen wir ansetzen!

Aber was bedeutet: „hier müssen wir ansetzen“? Die IG Metall Mitglieder erwarten keine Rahmenbedingungen (um noch kurz in der Autosprache zu bleiben), die vergleichbar mit einem Porsche sind, sie möchten jedoch auch keine besitzen, wo ein PKW nur einen Sitz und keine Türen besitzt (egal wie cool er ist). Sie erwarten und brauchen den Standard (um bescheiden zu bleiben, wie ein VW Polo). Und der Standard bei Canyon heißt „Tarifverträge der

wage agreements for the Metal and Electrical Industry, which are commonplace in many other companies in the region and beyond.

Now let's return to the question posed at the beginning: "An American Dream - Made in Germany?" The difference is clear. We can either have a company in which only a few people benefit from the success while the rest of the workforce struggles to avoid poverty (as is often the case in the US), or we can have a "Made in Germany" standard that includes collective bargaining agreements to ensure that every employee receives a fair share of the company's success and can live decently. This is a German standard that takes into account not just the capital side of the equation, but also the human side.

What do collective bargaining agreements actually regulate? We can't cover the whole range of agreements here, but on the left slide, you'll see a brief overview. On the right slide, we'll focus on remuneration. For the metal and electrical industry in Rheinland-Rheinhessen, where Canyon is located, 11 salary groups apply. Each group consists of the basic salary, performance bonus, and possible supplements (e.g., shift work). In addition, there are annual special payments, which total approximately 170% of an average gross monthly income. Let's look at what this means in terms of money on the next slides.

Firstly, an overview slide shows the classification of salary groups in a comprehensible way.

IG Metall für die M&E Industrie“, wie sie in vielen anderen Unternehmen in der Region und darüber hinaus selbstverständlich sind.

Und nun sind wir wieder bei dem Titel der Präsentation „An American Dream – Made in Germany?“ Der große Unterschied ist hier eindeutig. Reden wir von einem Unternehmen wie es in den USA meistens der Fall ist? Wenige profitieren von einem Unternehmenserfolg und der Rest der Belegschaft kann sich kaum über Wasser halten – oder reden wir von „Made in Germany“ mit dem Standard der Tarifverträge, in denen sichergestellt ist, dass jeder einzelne Beschäftigte an dem Unternehmenserfolg ein kleines bisschen beteiligt wird und somit einen Standard in Deutschland besitzt, der nicht nur die Kapitaleseite berücksichtigt. Einen Standard von dem man vernünftig leben kann.

Und nun kommen wir zu der Frage, was Tarifverträge eigentlich regeln. Die Fülle an Themen kann man unmöglich auf einer Betriebsversammlung darstellen (deshalb nur eine Folie mit der Übersicht). Wir konzentrieren uns heute auf das Thema „Entlohnung“. Es gibt bei uns in der M&E Industrie in Rheinland – Rheinhessen (zu der Canyon dazu gehört) 11 Lohngruppen, welche sich aus dem Grundlohn (Arbeitsplatzbezogen), der Leistungszulage, und eventuelle Zuschläge (z.B. Schicht) zusammensetzt. Dazu kommen dann noch jährlich wiederkehrende Sonderzahlungen, welche in der Summe ca. 170% eines durchschnittlichen Gesamtbruttoverdienstes betragen. Selbstverständlich muss nun die Frage beantwortet werden, was das in Geld bedeutet. Dies schauen wir uns auf der nächsten Folie an.

Hier eine Folie, die ich aus Zeitgründen in der Betriebsversammlung ausgeblendet habe. Zum besseren Verständnis halte ich sie an dieser Stelle jedoch für sinnvoll. Hier wird die Systematik der Eingruppierung nachvollziehbar dargestellt:

In column 1 (from the left), you'll find the pay groups, structured similarly to Canyon's but with a finer subdivision and a fixed value (see column 2). Column 3 adds an average performance bonus of 10%, with actual individual bonuses ranging from 0 to 20%, depending on how the employer evaluates each person. (But the average mustn't be less than 10%). The average gross monthly income, including a yearly special payment converted into every month, is estimated in column 4, and column 5 shows the total annual gross. All values in columns 2-5 are adjusted to a 40-hour week to ensure comparability with Canyon. Column 6 describes different assignment classes, and each employee will be assigned to a specific pay group. The most important thing is that no one will earn less after the changeover. Finally, column 7 calculates the amount for a 35-hour week. Those who wish to continue with a 40-hour contract will have the option.

Some of you may ask, "Can Canyon afford this?" Many companies' first reflex, including Canyon's especially since JBL is on board, is "No, we can't!" What they're really saying is, "Every euro I pay in salary reduces my profit." But instead, they come up with arguments like "This costs jobs - this isn't the right time - we need money for investment - etc." Their job is to make as much profit as possible, and if no one objects, they get away with it.

In der Spalte 1 findet ihr die Entgeltgruppen. Sie sind so ähnlich angelegt wie bei Canyon, nur feiner unterteilt und mit einem festen Wert versehen (Spalte 2). In der Spalte 3 findet ihr die Summe inklusive durchschnittlich 10% Leistungszulage. Diese kann von 0 bis 20% variieren und obliegt im weitesten Sinne dem Arbeitgeber, wie jeder Einzelne bewertet wird. Im Durchschnitt muss sie jedoch 10% betragen. In der Spalte 4 findet ihr das durchschnittliche Monatsgesamtbrutto inklusive anteiliger Sonderzahlungen. In der Spalte 5 findet ihr das Gesamtjahresbrutto. Bei den Spalten 2-5 sind alle Werte auf eine 40 Stunden Woche hochgerechnet, damit die Vergleichbarkeit mit Canyon sichergestellt werden kann. In der Spalte 6 findet ihr die einzelnen Zuordnungen. Jeder einzelne Beschäftigte wird im Nachgang einer Entgeltgruppe zugeordnet – hört sich komplizierter an als es ist und es ist sichergestellt, dass nach Umstellung keiner weniger verdient als vorher. In der Spalte 7 findet ihr das Gleiche wie in der Spalte 4, nur auf eine 35 Stunden Woche heruntergerechnet. Und selbstverständlich wird es für einen Teil der Beschäftigten auch die Möglichkeit geben, weiterhin einen 40 Stunden Vertrag zu haben, wenn er / sie möchte.

Die erste Frage, die nun sicherlich bei einigen auftauchen wird, lautet mit Sicherheit: Kann sich das Canyon überhaupt leisten?

Nun, auf Eigentümerseite (spätestens seit JBL bei Canyon an Board ist) ist auf so eine Frage in vielen Unternehmen immer der erste Reflex „Nein, das können wir nicht!“ Was sie damit aber lediglich zum Ausdruck bringen ist: „Jeden Euro, den ich mehr Gehalt bezahle, geht von meinem Gewinn ab“. Um das jedoch nicht aussprechen zu müssen, kommen immer Argumente wie: „Das kostet Arbeitsplätze – das ist nicht die richtige Zeit – wir müssen investieren – usw.“ Um es ganz klar zu sagen, es gehört zu ihrer Aufgabe, so viel Gewinn wie möglich zu machen und wenn sich

Let's not forget Roman, in whom we place our hope that he cares not only short-term profits but responsibly leading his company, his "baby," which is now at the top of the bike industry not only in terms of numbers.

Canyon is now making significant profits and can afford the collective agreements. Keep in mind: A collective agreement benefits not only employees but also the company. For example it helps to keep or attract skilled workers, which can definitively be regarded as a win-win situation.

If I were Mr. Roman Arnold, what would I prefer to hear about myself in a few years? Do I want to hear: "There's Roman, who built an incredibly successful company in Koblenz, but the people at Canyon were left behind and need a second job to making a living."? Or "There's Roman, who built an incredibly successful company in Koblenz and is the best employer in the region because everything is just right for the people at Canyon."? For me, it is not difficult to choose.

That's why we – the IG Metall members at Canyon and IG Metall itself – say: Yes, Canyon can afford the standard – the collective agreements and its salary level. The products won't get more expensive, and profits will still be more than sufficient.

niemand dagegen wehrt, kommen sie damit auch durch.

Dann gibt es aber auch noch Roman, in den wir unsere Hoffnung setzen, dass er nicht nur an kurzfristige Gewinne denkt, sondern langfristig sein Unternehmen, sein „Baby“, welches mittlerweile nicht nur von den Zahlen in der Fahrradbranche an der Spitze ist, verantwortungsvoll führt.

Canyon ist mittlerweile sehr gut in der Lage, erhebliche Gewinne zu erzielen und nach Tarif zu bezahlen. Und wenn man sich nun bewusst darüber ist, dass ein Tarifvertrag nicht nur den Beschäftigten zugutekommt, sondern auch dem Unternehmen, wenn es z.B. um Fachkräfte geht, die man behalten beziehungsweise bekommen möchte, dann kann man mit gutem Gewissen sagen, dass wir von einer Win-Win Situation reden.

Ganz nüchtern betrachtet, wenn ich Roman wäre, was würde ich in ein paar Jahren bevorzugen, wie man über mich spricht? Möchte ich über mich hören: „Da ist Roman, der bei uns in Koblenz ein unheimlich erfolgreiches Unternehmen aufgebaut hat, in dem allerdings die Menschen bei Canyon vergessen wurden und sie zum Überleben einen Nebenjob brauchen.“? Oder möchte ich hören: „Da ist Roman, der bei uns in Koblenz ein unheimlich erfolgreiches Unternehmen aufgebaut hat und der beste Arbeitgeber in der Region ist, weil für die Menschen bei Canyon alles passt.“? ... Nun, für mich ist die passende Antwort nicht schwer.

Und genau deswegen sagen alle IG Metall Mitglieder bei Canyon, die gesamte IG Metall: Ja, Canyon kann ohne Probleme den Standard, d.h. Tarifverträge mit den dazugehörigen Lohnsystematiken ohne Probleme einführen – ohne dass ein Rad auch nur einen Euro dadurch teurer werden muss und die Gewinne immer noch mehr als ausreichend sind.

For this reason, more and more Canyon employees have joined IG Metall. They know that our common goal cannot be achieved by a few but a strong community! We are now the majority in the warehouse and factory, and our supporters in the other departments are growing as well. We would like to represent the majority in all departments so that we can speak for everyone. After the general staff meeting, we communicated our call for collective bargaining with the management.

Overall, we are well aware of what an exceptional employer Canyon is in the region and the significance of the brand has in the cycling world. We believe it is crucial to reach a consensus constructively.

Therefore Mr. Ali Yener, the chief representative of IG Metall Koblenz, has sent an invitation to dialog to the management following the general staff meeting. Our goal is to make a joint effort and see Canyon become the best employer in the region.

Aus diesem Grund haben sich bei Canyon immer mehr der IG Metall angeschlossen. Sie haben erkannt, dass man alleine nichts erreichen kann, dies geht nur in einer starken Gemeinschaft! Die Mehrheit haben wir nun im Warehouse und in der Factory. Allerdings werden alle anderen Bereiche von Canyon im Großraum Koblenz auch immer stärker und unser Ziel ist es selbstverständlich in allen Bereichen die Mehrheit abbilden zu können, um für alle zu sprechen. Unsere Aufforderung zu Tarifverhandlungen wurde im Nachgang der Betriebsversammlung an den Arbeitgeber übersendet.

Da uns allen jedoch bewusst ist, was für ein außergewöhnlicher Arbeitgeber Canyon in der Region ist und welchen Stellenwert die Marke Canyon in der Fahrradwelt besitzt, ist uns viel daran gelegen, konstruktiv und im Einklang ein rundes Bild bei Canyon zu erschaffen.

Aus diesem Grund hat Ali Yener (1. Bevollmächtigter der IG Metall Koblenz) einen Tag nach der Betriebsversammlung eine Einladung an die Arbeitgeberseite von Canyon gesendet. Ziel dieses Gesprächs ist gemeinsamen daran zu arbeiten, dass Canyon der beste Arbeitgeber in der Region wird.

