



2026/18 Interview

<https://jungle.world/artikel/2026/18/rechte-pseudogewerkschaft-zentrum-profitiert-vom-verstaerkerprinzip>

Daphne Weber, Wissenschaftlerin, im Gespräch über die rechte Pseudogewerkschaft Zentrum

»Zentrum profitiert vom Verstärkerprinzip«

von **Lucas Rudolph**

Die AfD-nahe Pseudogewerkschaft Zentrum kann in den Betrieben bisher kaum Fuß fassen, dennoch erhält sie viel mediale Aufmerksamkeit. Die »Jungle World« sprach mit Daphne Weber über die Werbestrategien des Vereins, die im Auftrag der gewerkschaftsnahen Hans-Böckler-Stiftung zu den Kampagnen von Zentrum geforscht hat.

Was ist Zentrum überhaupt?

2009 wurde »Zentrum Automobil« von Oliver Hilburger gegründet. Er ist beschäftigt bei Daimler in Untertürkheim, dieser Standort ist nach wie vor der Stammbetrieb von Zentrum. Hilburger war Mitglied in der Christlichen Gewerkschaft Metall, der arbeitgeberfreundlichen Konkurrenzgewerkschaft zur IG Metall, ist dort aber rausgeflogen, als bekannt wurde, dass er Gitarrist der Rechtsrockband Noie Werte war und auch sonst Verbindungen ins extrem rechte Lager hat. Also hat er seinen eigenen Verein aufgemacht.

Wie ging es nach der Gründung weiter?

Bei Daimler in Untertürkheim ist Zentrum Automobil 2010 erstmals zur Betriebsratswahl angetreten und hat zwei Mandate geholt. 2014 waren es dann vier, wieder vier Jahre später sechs, dann sieben, und bei den diesjährigen Betriebsratswahlen neun (mit einem Stimmenanteil von 21 Prozent der Mandate; Anm. d. Red.). Später haben sie sich von Zentrum Automobil in Zentrum umbenannt und es auch in ein paar anderen Betrieben geschafft, Listen an den Start zu bringen – sie haben hier und da kleinere Erfolge, nur in Untertürkheim sind sie wirklich ein Faktor. Teilweise treten Zentrum-nahe Listen auch unter anderen Namen an, in Sachsen zum Beispiel als »Bündnis freier Betriebsräte«.

Zentrum nennt sich selbst eine Gewerkschaft, aber das sind sie eigentlich nicht. Sie sind ein extrem rechter Verein, der in den Betrieben zu wirken versucht.

»Zentrum versucht, populistische Strategien auf den Betrieb anzuwenden. Sie sagen: Wir sind hier die »Kümmerer«; die da oben haben mit euch nichts zu schaffen – und damit ist die IG Metall gemeint.«

Warum ist Zentrum keine Gewerkschaft?

Sie sind nicht tariffähig und zu klein, um dem Arbeitgeber auf Augenhöhe zu begegnen und wirklich Streikmacht zu haben. Zentrum versucht besonders, die DGB-Gewerkschaften und insbesondere die IG Metall zum Feind zu erklären, sie greifen also eine starke Beschäftigtenvertretung an. Es geht Zentrum weniger um den tatsächlichen Interessenkonflikt zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer – an seine Stelle tritt vielmehr eine Elitenkritik, die rhetorische Bausteine des Populismus verwendet und bei der die IG Metall zu »denen da oben« gehört. Sie wird für alle Probleme verantwortlich gemacht, vom Stellenabbau, über die Globalisierung bis zu negativen Folgen von Produktänderungen. Da sagen sie dann einfach: Zurück zum Verbrenner und dann wird alles gut.

Wie begründet Zentrum das?

Wir haben eine Industriekrise, wir erleben enormen Stellenabbau. Das ist ja auch erst mal korrekt. Die Antwort, die Zentrum darauf gibt, ist aber: Wir müssen zurück zur Verbrennertechnologie, dann sind alle Probleme verschwunden. Die Klimakrise wird zur Klimahysterie erklärt, die Elektromobilität sei auch umweltschädlich wegen der Rohstoffe, die sie braucht.

Beide Narrative werden natürlich der Komplexität der Lage nicht gerecht. Sie spielen mit der Angst vor Arbeitsplatzverlust und dem Niedergang der deutschen Industrie.

Welchen Blick auf den Betrieb versucht Zentrum mit solchen Erzählungen zu vermitteln?

Einen seltsam verschobenen. Man kann zwar nicht sagen, dass Zentrum gar keine Verantwortung der Arbeitgeber für Entwicklungen im Betrieb sieht. Aber es werden keine konkreten Entscheidungen angegriffen, die das Management zu Lasten der Beschäftigten trifft. Stattdessen wirft Zentrum Schlagworte wie »Globalisierung« hin, die völlig diffus bleiben. Auffällig ist, dass die IG Metall immer als Teil der »Elite« aufgeführt wird. Hingegen behauptet Zentrum von sich, die »wahre« Vertretung der Arbeitnehmer zu sein.

Wie soll diese wahre Vertretung aussehen?

Wie viel davon zu halten ist, zeigt die Position von Zentrum zu konkreten gewerkschaftlichen Fragen: Beispielsweise hat es eine Stellungnahme zum inzwischen verabschiedeten Bundestariftreuegesetz abgegeben, welches regelt, dass öffentliche Aufträge ab einer bestimmten Größe nur an tarifgebundene Unternehmen vergeben werden dürfen. Zentrum bemängelte dies mit der Begründung, es würde den DGB-Gewerkschaften zu viel Einfluss verschaffen und den Unternehmen schaden.

Dass die Gewerkschaften sich zu sehr von ihrer Basis entfernt hätten, war ursprünglich mal eine linke Kritik ...

Man kann oft beobachten, dass die Rechte Teile von linken Strategien und Kritiken übernimmt und sie regressiv oder autoritär wendet. In diesem Fall wird der Oben-unten-Konflikt, der zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer, auf eine populistische Art aufgeladen: Es gäbe ein gutes »Volk«, von dem viele Leute ausgeschlossen sind, und ein böses Oben, das aber nicht etwa die Kapitaleseite ist, sondern eine »Elite«, die diffus und verschwörerisch gefasst wird. Bei Zentrum können wir beobachten, wie versucht wird, diese populistische Strategie auf den Betrieb anzuwenden. Sie sagen: Wir sind hier die »Kümmerer«; die da oben haben mit euch nichts zu schaffen – und damit ist die IG Metall gemeint.

Konkret heißt es dann bei Zentrum, die Vertreter:innen der IG Metall säßen in klimatisierten

Besprechungsräumen, während sich die Zentrum-Leute an Ort und Stelle, in der Werkshalle, wirklich kümmern würden. Das geht natürlich an der Realität vorbei, in der es die Funktionär:innen und Aktiven der IG Metall sind, die Probleme im Betrieb zur Sprache bringen.

Wie sehen Kampagnen von Zentrum konkret aus?

Sie verlassen sich stark auf das Mittel der Personalisierung und versuchen, dadurch Emotionen hervorzurufen. Für die bundesweiten Betriebsratswahlen 2022 haben sie Kampagnenfilme produziert, für die sie Leute vor die Kamera gesetzt haben, denen Zentrum behilflich war. Das erhöht die Authentizität.

In den Filmen haben die Leute von ihren Problemen berichtet, immer verbunden mit dem Vorwurf: Die IG Metall war nicht für mich da. Am Ende kam dann noch Oliver Hilburger ins Bild und sagte: Bei uns wird euch wirklich geholfen. Das ist eine sehr einfache Dramaturgie. Die Filme sind hochwertig produziert, mit guter Technik und stimmungsvollem Licht. Gleichzeitig arbeiten sie auch mit Outtakes, es sagt zum Beispiel jemand: »Oh, das ist voll aufregend, sorry ... « Das ist eine bewusste Inszenierung, mit der versucht wird, Nähe und Sympathie herzustellen.

Welche Emotionen versucht Zentrum anzusprechen?

Es ist ein komplexes Emotionstableau. Da ist einerseits die Angst, die geschürt wird, die Angst vor Deindustrialisierung, davor, dass alles den Bach runtergeht. Dazu kommt Wut darüber, dass alles ideologisiert sei, eine Klimahysterie herrsche, und darüber, dass die IG Metall eigentlich Teil dieses großen Komplotts wäre.

Darüber hinaus wollen die Kampagnenfilme eine Mischung aus Mitleid und emotionaler Identifikation mit den gezeigten Menschen erzeugen. Sie versuchen, auf die Tränendrüse zu drücken und schrecken nicht vor Pathos zurück.

Die DGB-Gewerkschaften sind da viel nüchterner. Zentrum vereinfacht und emotionalisiert bewusst. Wer dieses Videomaterial ansieht, merkt, dass das wirkt.

Bei den diesjährigen Betriebsratswahlen, die seit März laufen, hat Zentrum deutlich schlechter abgeschnitten als befürchtet. Im Volkswagen-Werk in Zwickau hatten sie großspurig das Ziel ausgegeben, die Mehrheit im Betriebsrat zu holen. Tatsächlich gewann die IG Metall 29 von 35 Mandaten, die Zentrum-Liste »Bündnis freier Betriebsräte« gerade mal vier.

Zentrum hat keine flächendeckende Verankerung in den Betrieben, die Ergebnisse bei Betriebsratswahlen sind mau. Gleichzeitig bekommen sie extrem viel Aufmerksamkeit. Sie können sich auf eine Art Verstärkerprinzip verlassen, darauf, dass die Medien mit ihnen eine Geisterbahn bauen. Für die Medien ist das spannend. Sie fragen sich: Unterwandern die Rechten jetzt alle Betriebe?

Die Gefahr durch Zentrum wird also überschätzt?

Zumindest verdeckt es das weitaus größere Problem, nämlich den hohen Anteil an AfD-Wählern unter den Arbeitern – gerade in deindustrialisierten Regionen –, von denen bei Betriebsratswahlen nicht automatisch alle Zentrum wählen. Das zeigen die Nachwahlbefragungen. Nach der Landtagswahl in Baden-Württemberg haben 37 Prozent derjenigen, die sich selbst als Arbeiter identifizieren, angegeben, die AfD gewählt zu haben. In Rheinland-Pfalz waren es 39 Prozent und selbst bei der Bundestagswahl 2025 38 Prozent. Im Vergleich zu anderen sozialen Gruppen ist rechtes bis rechtsextrêmes Gedankengut in bestimmten Arbeitermilieus überdurchschnittlich verbreitet. Und das ist ein Problem für die IG

Metall. Denn diese Leute sind zum Teil auch Mitglieder der IG Metall, wählen die IG Metall bei Betriebsratswahlen – und sie erwarten Dinge von der IG Metall. Zum Beispiel, dass sich die IG Metall nicht allgemeinpolitisch äußert, oder dass sie sich weniger gegen Antisemitismus, Sexismus und Rassismus ausspricht.

Das heißt, im Betrieb ist Zentrum keine große Gefahr?

Im Betrieb können sie natürlich ein bisschen stören und Stunk machen, aber ihr Hauptziel besteht darin, Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben. Zentrum sagt von sich: Wir machen Aufklärungsarbeit. Denn angeblich sei alles andere Verblendung. Das ist auch eine Aneignung von einem linken Gestus: Wir kämpfen gegen das falsche Bewusstsein, wir klären auf über die Lügen und Komplote der Mächtigen.

Was könnten die DGB-Gewerkschaften tun, um mit ihren Kampagnen erfolgreicher zu sein?

Das ist eine große Frage. Ich würde vorsichtig und recht allgemein antworten: Es ist richtig, Position gegen die Angriffe auf die Rechte der Beschäftigten zu beziehen, die wir derzeit erleben – Abschaffung des Achtstundentags, Angriffe auf das Recht auf Teilzeit, Attacken auf soziale Sicherungsnetze wie Rente und Gesundheitsversorgung und so weiter. Aber das bleibt eine rein defensive Haltung, die Bestehendes verteidigt. Aus meiner Sicht müsste es auch darum gehen, eigene Vorschläge stärker in den Vordergrund zu stellen, besonders im Bereich der sozialökologischen Transformation. Denn es besteht die Gefahr, dass sie extrem disruptiv abläuft, sowohl sozial wie auch ökologisch. Da braucht es schnell gute Lösungen – und eine selbstbewusste und verständliche Kommunikation.