

**VERTRAUENSLEUTEARBEIT
IM BETRIEB GESTALTEN**



**ARBEITSMATERIAL MIT
PRAKTISCHEN BEISPIELEN**



**Vereinte
Dienstleistungs-
gewerkschaft**

IMPRESSUM

Herausgeber:

ver.di – Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft e.V.

Bundesverwaltung, Ressort 4

Bereich Vertrauensleute und Betriebsarbeit

Potsdamer Platz 10

10785 Berlin

V.i.S.d.P.: Franz Tremel

Bearbeitung der Originalausgabe:

Cäcilia Lenz-Müller

Arbeit, Bildung und Forschung (ABF e.V.)

Im Auftrag und in Zusammenarbeit ver.di Ressort 19 Bereich Gewerkschaftliche Bildung

Redaktion dieser Ausgabe:

Barbara Scheiter

Hartwig Mallmann

Layout:

Wolfgang Wohlers

Nachfragen und Anregungen:

Iris.Todtenberg@verdi.de (Bereich Gewerkschaftliche Bildung)

Barbara.Scheiter@verdi.de (Bereich Vertrauensleute und Betriebsarbeit)

Hartwig.Mallmann@verdi.de (Bereich Vertrauensleute und Betriebsarbeit)

Druck:

amp AG, Theodor-Heuss-Allee 90–98, 60486 Frankfurt

Erste Auflage, Berlin Februar 2004

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	5
Aufbau des Arbeitsmaterials	6
1. Warum brauchen wir Vertrauensleute?	8
1.1 Thesen zur betrieblichen Gewerkschaftsarbeit	10
2. Was sind Vertrauensleute (VL)?	11
2.1 Übersicht: So arbeiten Vertrauensleute	12
3. Wir wählen unsere Vertrauensleute	
Aufgaben und Ablaufplanung der VL-Wahl	14
4. Aufgaben der Vertrauensleute	
Wie kann die Arbeit gestaltet werden?	18
4.1 Aufgabenspektrum für VL	19
4.2 Welche Kernaufgaben hat die VL-Leitung bzw. haben betriebliche und örtliche Vorstände	22
4.3 Die Zusammenarbeit und Arbeitsteilung zwischen VL und dem BR / PR	28
4.4 Gewerkschaftliche Vertrauensleute in die Betriebsratsarbeit nach § 80 (2) Satz 3 BetrVG einbeziehen	31
5. Gut geplant ist halb gewonnen	
Arbeitsstrukturen und Arbeitsplanung für VL	33
5.1 Warum sind Wirkungsbereiche für VL wichtig?	33
5.2 Anregungen für eine systematische Informationssammlung	35
5.3 Wie kommen wir zu einer Organisations- und Betriebsübersicht?	39
5.4 Wir erarbeiten uns eine konkrete (Jahres-)planung	42
6. Offene Arbeitsformen zu aktuellen Themen	
Mitglieder und Betroffene beteiligen	51
6.1 Methoden zur Gestaltung offener Arbeitsformen	51
6.2 Wie gewinnen und integrieren wir aktive Vertrauensleute?	52
6.3 Wie kann eine konstruktive Kommunikation gestaltet werden?	54
6.4 Moderation als Arbeitstechnik: ein Kurzleitfaden	57
6.5 Beteiligung durch Befragung	69

INHALTSVERZEICHNIS

7. Planung der betriebsnahen Bildungsarbeit	72
7.1 ver.di-Bildungsangebote	72
7.2 Wie erheben wir unseren Bildungsbedarf?	76
8. Werbung von Mitgliedern	
Arbeitschwerpunkt und kontinuierliche Aufgabe	79
8.1 Das Werbegespräch	80
8.2 Die Werbeaktion	83
9. Tue Gutes und rede drüber	
Informations- und Öffentlichkeitsarbeit	87
9.1 Kurz und knapp: rechtliche Hinweise	88
9.2 Aktives Zuhören im persönlichen Gespräch	90
9.3 Betriebs- und Personalversammlungen	91
9.4 Informieren durch schriftliche Medien	94
9.5 Das „Bunte Brett“	95
9.6 Das Flugblatt	97
9.7 Die ver.di-Betriebszeitung	100



LIEBE KOLLEGINNEN UND KOLLEGEN,

gewerkschaftliche Bildung macht Mut, bietet Rückhalt und ermöglicht Orientierung. Sie unterstützt die Menschen und ihre Emanzipation durch organisierte Lernprozesse.

Gewerkschaftliche Bildungsarbeit erweitert die persönliche, betriebliche und gesellschaftliche Handlungsfähigkeit. Sie ist ein Ort der direkten Kommunikation zwischen den FunktionärInnen und Mitgliedern aus verschiedenen Organisationsbereichen und initiiert die Auseinandersetzung mit unseren Organisationszielen. Sie ist damit auch Entstehungsort und Diskussionsforum für neue Ideen und die (selbst)kritische Überprüfung gewerkschaftlicher Praxis.

Bildungsarbeit erhält und entwickelt dabei die Solidarität als notwendige soziale Ressource der Gewerkschaften. Sie fördert die Motivation zur Mitarbeit in ver.di und zu gewerkschaftspolitischem Engagement und trägt damit wesentlich dazu bei, gewerkschaftliche AkteurInnen als lebensnotwendige Basis der Organisation zu erhalten, gewinnen und zu „entwickeln“.

Gleiches gilt auch für die Vertrauensleutearbeit, die wesentliche Grundlage betrieblicher und überbetrieblicher gewerkschaftlicher Handlungsfähigkeit ist. Innerbetriebliche und innergewerkschaftliche Demokratie braucht Vertrauensleute. Ihre Funktion in der Vernetzung von Organisations- und Betriebspolitik ist eine unerlässliche Voraussetzung für unsere Dialog-, Mobilisierungs- und Politikfähigkeit.

Mit gewerkschaftlicher Bildungsarbeit unterstützen und qualifizieren wir die Vertrauensleute für strategisch angelegtes gewerkschaftliches Handeln, inhaltlich zu betriebs-, tarif-, wirtschafts-, gesellschafts-

und gewerkschaftspolitischen Themen sowie arbeitsorganisatorisch zur effektiven Gestaltung der VL-Arbeit, zu methodischen und kommunikativen Kompetenzen.

Dieses ver.di-„Arbeitsmaterial VL-Seminare mit praktischen Beispielen zur Gestaltung der Vertrauensleutearbeit“ haben wir insbesondere zur Unterstützung der Teamerinnen und Teamer in VL- und VL-Leitungsseminaren erstellt. Aber auch für andere Seminare finden sich vielfältige Arbeitsgrundlagen für die Seminargestaltung. Die Reihenfolge der Darstellung entspricht zwar der Logik eines möglichen Seminarablaufs. Planung und Gestaltung der Seminare, Konzeption und Materialauswahl der Teamenden ersetzt sie aber nicht.

Schwerpunkt der Arbeitshilfe ist die Gestaltung einer aktiven Vertrauensleutearbeit. Sie bietet eine Unterstützung der Teamenden zur Seminargestaltung mit der Möglichkeit, daraus ver.di Seminar- bzw. Teilnehmendenunterlagen zu filtern und einzusetzen. Gleichzeitig sind zahlreiche Anregungen, Ideen, Konzepte, Checklisten und praktische Vorschläge für eine wirkungsvolle Vertrauensleutearbeit enthalten.

Wir wünschen allen Teamenden und Vertrauensleuten viel Erfolg und Freude in den Seminaren und in der betrieblichen Praxis. Wir hoffen dieses Material ist eine echte Unterstützung und freuen uns über jede Rückmeldung und Anregung.

Mit kollegialen Grüßen

Iris Todtenberg

Bereichsleiterin Gewerkschaftliche Bildung

AUFBAU DES ARBEITSMATERIALS

Zu Beginn der einzelnen Kapitel gibt es einen kurzen Überblick zum Thema und seinem Stellenwert für die Vertrauensleutearbeit.

Für die konkrete Arbeit haben wir Leitfragen, Checklisten oder Arbeitsblätter zusammengestellt.

Hinweise zu Veröffentlichungen und Arbeitshilfen der ver.di, in denen weitere Infos zum Thema zu finden sind, sind am Ende der Kapitel aufgeführt.

Inhaltliche Übersicht:

Kapitel 1: WARUM BRAUCHEN WIR VERTRAUENSLEUTE (VL)?

Welchen Stellenwert haben Vertrauensleute in ver.di und warum sind Vertrauensleute so wichtig?

Kapitel 2: WAS SIND VERTRAUENSLEUTE?

Wie ist Vertrauensleutearbeit im betrieblichen und gewerkschaftlichen Zusammenhang eingebettet?

Übersicht:

- So arbeiten Vertrauensleute

Kapitel 3: WIR WÄHLEN UNSERE VL: AUFGABEN UND ABLAUF- PLANUNG DER VL-WAHL

Was gehört zu einer guten Planung und Durchführung der Vertrauensleutewahl?

Checkliste:

- Organisation der VL-Wahl

Kapitel 4:

AUFGABEN DER VL: WIE KANN DIE ARBEIT GESTALTET WERDEN?

Wir stellen das Aufgabenspektrum vor und geben Anregungen, wie die eigenen Stärken herausgefunden werden. Wichtig ist auch die Gestaltung der Zusammenarbeit mit dem Betriebs- oder Personalrat, Jugend- und Auszubildenden- und Schwerbehindertenvertretungen.

Für Vertrauensleuteleitungen haben wir Vorschläge für die Sitzungsorganisation zusammengestellt.

Checklisten:

- Vorbereitung von Sitzungen mit dem Ziel des Informationsaustausches, der Diskussion und Beschlussfassung
- Durchführung von VL-Sitzungen (Betriebsgruppensitzungen)
- Vorbereitung einer Mitgliederversammlung
- Durchführung und Auswertung einer Mitgliederversammlung

Kapitel 5:

GUT GEPLANT IST HALB GEWONNEN: ARBEITSSTRUKTUREN UND ARBEITSPANUNG FÜR VL

Mit konkreten Beispielen stellen wir Formen für ein systematisches und strukturiertes Arbeiten vor. Wie lassen sich Informationen aus den Wirkungsbereichen gezielt erfassen und zusammentragen, so dass eine gute und hilfreiche Übersicht vorhanden ist? Mit welchen Arbeitsschritten gelingt es, Arbeitsschwerpunkte herauszufinden und einen Arbeitsplan zu erstellen oder die Zusammenarbeit mit dem ver.di-Bezirk zu gestalten?

Anregungen zur Informationserfassung

Checklisten:

- Schwerpunktthemen für die VL-Arbeit
- Arbeitsplanung: Themen und Aufgabenstrukturierung

Kapitel 6: OFFENE ARBEITSFORMEN ZU AKTUELLEN THEMEN – MITGLIEDER UND BETROFFENE BETEILIGEN

Wie können die Beteiligung (z.B. durch eine Befragung) und eine konstruktive Kommunikation in Arbeitsgruppen gefördert werden? Ein Leitfaden zur Moderation stellt wichtige Moderationsmethoden anhand von konkreten Beispielen vor.

Checklisten:

- Kommunikation gestalten
- Entscheidung für eine Befragung

Moderationsmethoden:

- These, Kartenfrage, Zuruffrage, Gewichtung

Kapitel 7: PLANUNG DER BETRIEBSNAHEN BILDUNGSARBEIT

Die verantwortliche Stellung aktiver Vertrauensleute wird durch Qualifizierung unterstützt. Wir stellen die ver.di-Bildungsangebote und das Kerngruppenkonzept für VL sowie ein Vorgehen für die systematische Bildungserhebung vor. Vertrauensleute sind auch die Ansprechpartner und Berater/-innen der Mitglieder für das Bildungsangebot von ver.di.

Checkliste:

- Organisation der Bildungsarbeit

Kapitel 8: WERBUNG VON MITGLIEDERN – ARBEITSSCHWERPUNKT UND KONTINUIERLICHE AUFGABE

Wir geben Hinweise, was beim Werbegespräch und bei Werbeaktionen zu beachten ist.

Checklisten:

- Wie führe ich ein gutes Gespräch?
- Aktivitäten für und Organisation von Mitgliederwerbung

Kapitel 9: TUE GUTES UND REDE DRÜBER: INFORMATIONEN- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Wir haben praktische Anregungen für die betriebliche Öffentlichkeitsarbeit zusammengestellt, z.B. zur Gestaltung des „Bunten Brettes“ oder eines Flugblatts.

Checklisten:

- Vorbereitung von Betriebs- und Personalversammlungen
- Durchführung von Betriebs- und Personalversammlungen
- Gestaltung schriftlicher Informationen
- Das „Bunte Brett“
- Herstellen und Verteilen von Flugblättern
- Verständlich schreiben
- Erstellen einer ver.di-Zeitung

1. WARUM BRAUCHEN WIR VERTRAUENSLEUTE?

Vertrauensleute haben den engen und direkten Kontakt zur Belegschaft

Vertrauensleute in Betrieben und Verwaltungen – Auslaufmodell oder Hoffnungsträger?

Haben die Gewerkschaften in ihren Modellen einer neuen, beteiligungsorientierten Betriebspolitik ihre Vertrauensleute vergessen?

Das sind provokante Fragen zu den interessenpolitischen Strukturen und Beteiligungsmodellen in Betrieben und Dienststellen, mit denen sich Gewerkschafter/-innen und Wissenschaftler/innen beschäftigt haben.

Die Analysen zeigen, dass Vertrauensleute in den Betrieben nach wie vor sehr wichtig sind – vielleicht noch wichtiger als in der Vergangenheit, auch weil gewachsene betriebliche Strukturen „zerschlagen“ werden. Vertrauensleute sind Vorbild für eine solidarische Arbeitskultur in einer durch Globalisierung und Outsourcing verschärften weltweiten Konkurrenz der Arbeitskräfte.

Allerdings läuft Vertrauensleutearbeit nicht von selbst. Sie erfordert Einsatz und vielfältige Kompetenzen. Denn dort, wo gewerkschaftliche Arbeit nicht lebendig ist, kann sie auch nichts bewirken. Die Ansprüche der Beschäftigten steigen: Sie haben gemeinsame und unterschiedliche Interessen, sie wollen mit differenzierten Argumenten und konkreten Angeboten von dem Sinn solidarischen Handelns und einer Mitgliedschaft überzeugt werden.

Aktive Vertrauensleute nehmen dabei eine Schlüsselstellung ein. Sie haben ihr Ohr direkt an den Mitgliedern und Noch-nicht-Mitgliedern. Ungefiltert nehmen sie den betrieblichen Alltag wahr. Diese Erfahrungen bringen sie in die Arbeit mit gewerkschaftlichen Organen, Betriebs- und Personalräten, Jugend- und Auszubildenden- sowie Schwerbehindertenvertretungen ein. Vertrauensleute haben den engen und direkten Kontakt zur Belegschaft – und deren Vertrauen.

Die gesetzliche Interessenvertretung kann nicht überall sein. Ihre personellen und zeitlichen Ressourcen sind begrenzt. Aber viele Vertrauensleute machen vieles möglich.

Gewerkschaftliche Ziele und Forderungen erarbeiten, das geht nur mit den Vertrauensleuten und nicht ohne sie. Forderungen umzusetzen und Ergebnisse zu vermitteln, auch das geht oft nur mit den Vertrauensleuten. Und schließlich: Für die Mitglieder da sein und neue Mitglieder gewinnen, das geht nur mit den Vertrauensleuten und nicht ohne sie. Deshalb ist Vertrauensleutearbeit so wichtig und hat in ver.di einen sehr hohen Stellenwert.

Den Frauen und Männern, die sich dafür zur Wahl stellen, gebührt Respekt und Unterstützung ihrer Gewerkschaft. Denn die Bedingungen, unter denen sie als VL arbeiten, sind oft nicht einfach – aber die Herausforderung und die Möglichkeit, gewerkschaftspolitisch Erfolge zu erzielen, sind lohnenswert.

Auch wenn viele es für nicht modern halten oder gar meinen, „die traditionellen Konflikte im Betrieb müssen überwunden werden“, gibt es nach wie vor die Machtstrukturen und Interessenunterschiede im Betrieb. Das haben nicht zuletzt die harten Auseinandersetzungen um die Reform der Betriebsverfassung deutlich gemacht. Und das heißt: Im Konfliktfall können die Arbeitgeber auf ihr Direktionsrecht und ihre Verfügungsmacht zurückgreifen, die Belegschaft auf solidarische Geschlossenheit und kollektive Rechte.

Auch in diesen ungleichen Machtverhältnissen findet Vertrauensleutearbeit ihre Begründung. Den ungleichen Machtverhältnissen müssen gewerkschaftliche Aktivitäten zur Gestaltung und Entwicklung der Arbeitsbedingungen entgegengesetzt werden.

Nur vor dem Hintergrund gewerkschaftlicher Durchsetzungsfähigkeit sind Vereinbarungen, Verträge, Erfolge und Kompromisse tragfähig und letztlich überhaupt abzuschließen. Dazu leistet eine entwickelte Vertrauensleutearbeit einen wichtigen Beitrag.

Die Stärke und Durchsetzungskraft von Interessenvertretungen beruhen auch darauf, dass diese die unterschiedlichen Interessen der Beschäftigten kennen, aufgreifen und, wenn möglich, zu einem kollektiven Kompromiss zusammenführen.

Eine Voraussetzung dafür ist die funktionierende Kommunikation mit der Belegschaft. Der Informationsfluss gelingt am besten, wenn betriebliche Interessenvertretungen und Vertrauensleute aktiv zusammenarbeiten und sich ergänzen.

Vertrauensleute stehen für Mitgliedernähe und demokratische Willensbildung im Betrieb und sind besonders wichtig für eine moderne, lebendige, kreative und überzeugende Gewerkschaftsarbeit.

- Sie führen Gespräche mit Mitgliedern und Beschäftigten, um Probleme und Interessen am Arbeitsplatz und im Betrieb aufzugreifen und das Durch- und Umsetzen von Beschwerden und Forderungen zu unterstützen.
- Sie unterstützen die tarifpolitische Willensbildung.
- Sie informieren ver.di-Mitglieder und Beschäftigte in Gesprächen. Sie verteilen ver.di-Betriebszeitungen, ver.di-Infos und -materialien. Sie überzeugen auf Betriebs- und Personalversammlungen, führen eigene Veranstaltungen durch und weisen auf die Bildungsangebote der ver.di hin.
- Sie werben Mitglieder für die ver.di.

**Kreative und
überzeugende
Gewerkschaftsarbeit**



1.1 THESEN ZUR BETRIEBLICHEN GEWERKSCHAFTSARBEIT

Diese Thesen (aus: „29 Thesen zur betrieblichen Gewerkschaftsarbeit“ der ehemaligen Kreisverwaltung Darmstadt) zielen auf Gewerkschaftsarbeit in mittleren und großen Betrieben. Zwar sind Bedingungen in den einzelnen Betrieben, den verschiedenen Bereichen bzw. Branchen sehr unterschiedlich, trotzdem gelten folgende allgemeine Grundsätze:

Informelle Beziehungen, gewerkschaftliche Strukturen, phasenweise Entwicklungen

1. Unter den KollegInnen gibt es einen Aktivitätsschub bei aktuellen Anlässen, deren Wichtigkeit die KollegInnen selbst erkennen und einsehen.
Sie müssen dabei allerdings eine Handlungsperspektive sehen, ihr Engagement muss sich „lohnen“.
In den Zwischenzeiten gibt es „Ruhe“. Es ist Aufgabe der Vertrauensleute, die gewerkschaftlichen Strukturen zu erhalten und zu pflegen, um bei akuten Anlässen, wie z.B. Tarifauseinandersetzungen, sofort „zuschlagen“ zu können. Gewerkschaftliche Strukturen müssen „vorgehalten“ werden.
2. Persönliche Beziehungen sind in der Gewerkschaftsarbeit in der letzten Zeit wichtiger geworden. Persönliche Kontakte und informelle Netze sind die Voraussetzung zur schnellen und umfassenden Mobilisierung für gewerkschaftliche Aktionen, für den Zusammenhalt und das Vertrauen zueinander. In kritischen Situationen (dem plötzlichen Übergang von einer stabilen „Ruhephase“ in ein Stadium intensiver Auseinandersetzungen) ist das Agieren von bekannten und anerkannten GewerkschaftlerInnen, zu denen die KollegInnen Vertrauen haben, entscheidend.
3. Diese informellen Netze müssen immer wieder neu geknüpft und gepflegt werden. Die früheren Arbeitermilieus in den Betrieben oder gar Stadtteilen gibt es nicht mehr. Zur kontinuierlichen Gewerkschaftsarbeit gehören das Pflegen informeller Kontakte über den ganzen Betrieb und das Zusammenhalten des „harten Kerns“ von Aktiven durch intensive Diskussionen.
4. Innerbetriebliche gewerkschaftliche Strukturen sind sehr abhängig von Personen. Schon eine Person kann in einem großen Betrieb der Katalysator für größere Aktionen werden, an denen sich die sonst eher passiven GewerkschaftlerInnen beteiligen.
Dadurch entsteht aber auch eine große Gefahr: Mit dem Weggang von einer Person oder wenigen Personen können ganze gewerkschaftliche „Strukturen“ im Betrieb zusammenstürzen und sorgsam aufgebaute informelle Netze zerfleddern.
Eine ehemals aktive und agile Belegschaft kann dann relativ schnell in einen Ruhezustand übergehen.
5. Ziel ist der Aufbau von gewerkschaftlichen Strukturen, die unabhängig sind von der Präsenz bestimmter Personen und einen Weggang von einzelnen gewerkschaftlichen Aktivisten überdauern. Erhalt und Pflege von gewerkschaftlichen und informellen Strukturen ist ein Wert an sich – diese Strukturen können in Zeiten akuter und intensiver Auseinandersetzungen schnell mit Leben gefüllt werden.

2. WAS SIND VERTRAUENSLEUTE (VL)?

Vertrauensleute sind das wichtigste **Bindglied** zwischen den ver.di-Mitgliedern in Betrieben und Verwaltungen und der ver.di. Um von den Interessen und Bedürfnissen ihrer Mitglieder zu erfahren, braucht eine mitgliederstarke Gewerkschaft wie die ver.di die Vertrauensleute. Sie führen den Dialog und halten ihn lebendig.

Die gewählten Vertrauensleute stehen jedem Mitglied als **vertrauensvolle Ansprechpartner/innen und mit Sachverstand** zur Seite, wenn es zu Problemen am Arbeitsplatz geht oder um einen Rat in Sachen Tarifvertrag.

Sie informieren und beraten die Mitglieder über ihre Rechte aus Betriebsvereinbarungen, zu Fragen der Arbeitssicherheit und zum Gesundheitsschutz. Sie diskutieren mit den Mitgliedern Tarifforderungen, erläutern die Politik der ver.di und beteiligen sich an der Auswahl und Aufstellung der Betriebs- und Personalratskandidat/innen der ver.di.

Vertrauensleute wissen, was läuft – im Betrieb und bei ver.di.

Sie sichern den Informationsfluss zwischen der Gewerkschaft und ihrer Basis.

VL sind in ihren Wirkungsbereichen die arbeitsplatznahe und unmittelbare Interessenvertretung.

Vertrauensleute sind:

- Energielieferant/innen für die betriebliche Interessenvertretung
- Multiplikator/innen der Gewerkschaftsidee
- Träger/innen gewerkschaftlicher Positionen
- Mitgestalter/innen der Tarifpolitik
- Unterstützer/innen bei betrieblichen Wahlen
- Veranstalter/innen von Versammlungen und sonstigen Aktionen
- Lobby für Gleichberechtigung, für Jugend und Bildungsarbeit

Vertrauensleute sind nicht an das Betriebsverfassungsgesetz oder Personalvertretungsrecht gebunden. Das macht sie freier in der Wahrnehmung der Mitgliederinteressen im Betrieb und in ihrer Handlungsfähigkeit, denn sie sind ausschließlich der ver.di und ihren Mitgliedern verpflichtet. Die Richtlinie zur Betriebs- und Vertrauensleutearbeit gemäß Satzung, die demokratischen Beschlüsse sowie die eigenständig entwickelten Arbeitsschwerpunkte sind die Orientierung für ihr Handeln. Das Recht zur gewerkschaftlichen Aktivität ist aus dem Grundrecht der Koalitionsfreiheit (§ 9 III 66) begründet.

Vertrauensleute sind ein Bestandteil gewerkschaftlicher Demokratie

- Vertrauensleute brauchen die Unterstützung und das Engagement der Mitglieder. Den ersten Schritt macht, wer sich an der Wahl einer Vertrauensfrau oder eines Vertrauensmannes beteiligt.
- Die Wahl des Vertrauensmannes oder der Vertrauensfrau erfolgt direkt durch die Mitglieder in den Betrieben/Verwaltungen und den jeweiligen Wirkungsbereichen.
- Es gibt kein festes Schema, wie groß der Wirkungsbereich einer Vertrauensfrau oder eines Vertrauensmannes sein soll. Ihre Größe orientiert sich an den jeweiligen betrieblichen Strukturen. Auf jeden Fall sollte der direkte Kontakt zu jedem Mitglied möglich sein.
- Vertrauensleute machen Gewerkschaft. Sie treffen sich regelmäßig, um ihre Aktivitäten zu beraten und zu koordinieren. Sie haben dabei weitgehende Spielräume für eigenständige Arbeit.

Die grafische Übersicht auf der nächsten Seite bildet die Strukturen der Vertrauensleutearbeit in der ver.di ab.

2.1 ÜBERSICHT: SO ARBEITEN VERTRAUENSLEUTE (VL)

Sitzungsaufgaben und Antragsrechte:

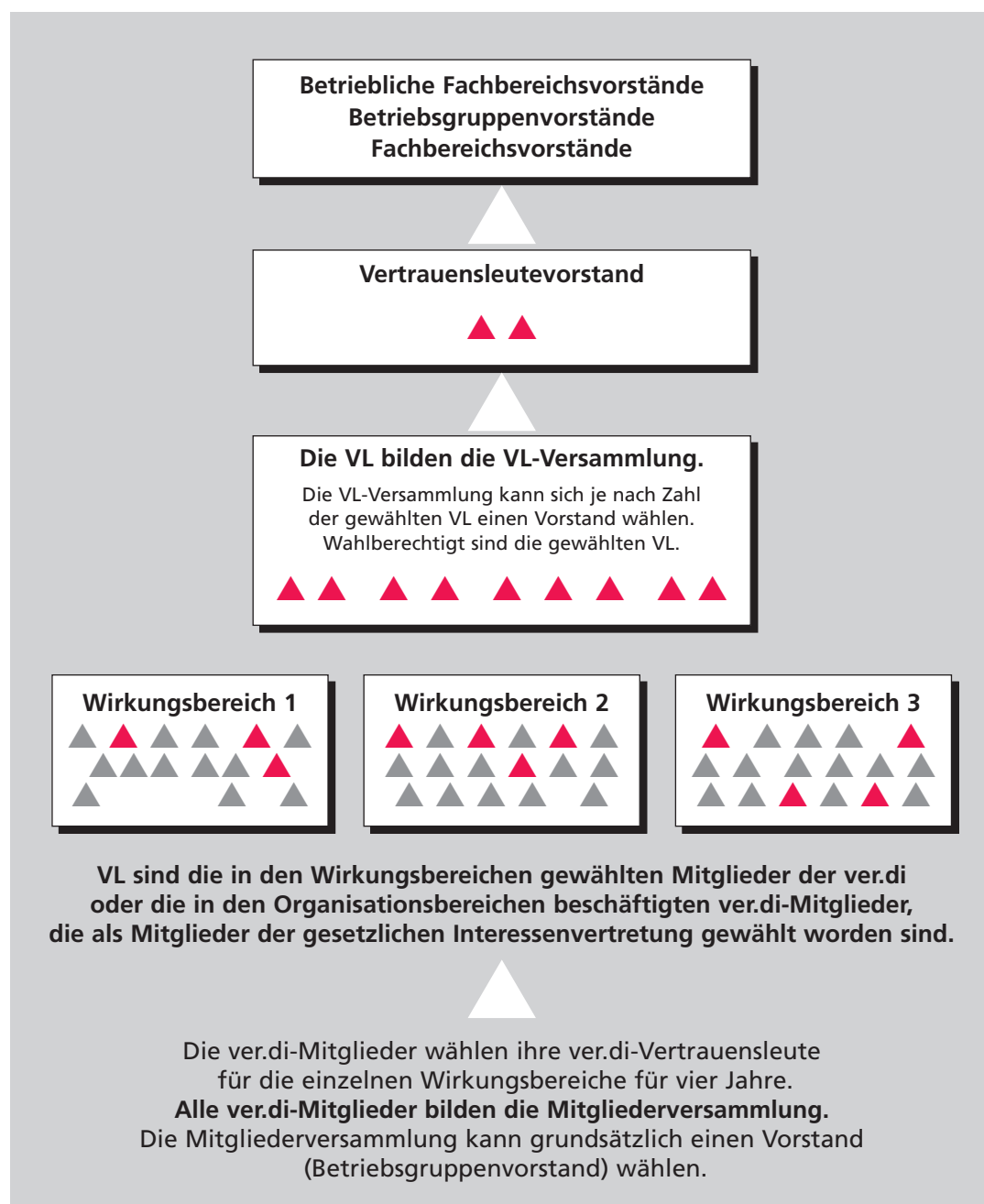
Die betrieblichen und örtlichen Vorstände nehmen die betrieblichen Aufgaben gemäß § 53 Absatz 2 der ver.di-Satzung und den jeweiligen Fachbereichsstatuten wahr. Sie können sich eine Geschäftsordnung geben. Die betrieblichen und örtlichen Vorstände und die VL-Versammlungen haben Antrags-

rechte zum Bezirksvorstand und zur Bezirkskonferenz sowie zu den Vorständen, Versammlungen und Konferenzen des Fachbereichs und ggf. der zuständigen Fachgruppe (§ 50 Abs. 2). Beim Bundesvorstand wird ein Bundesvertrauensleuteausschuss aus 25 Mitgliedern gebildet.

Die gewählten VL oder der von der VL-Versammlung gewählte Vorstand bilden die betrieblichen Fachbereichsvorstände bzw. die Betriebsgruppenvorstände oder ggf. die örtlichen Fachbereichsvorstände

Ist ein Betriebsgruppenvorstand gewählt, lädt dieser regelmäßig zur Versammlung ein.

Der gewerkschaftliche Vorstand nimmt die betriebl. Aufgaben gemäß der Satzung (§ 53 Abs. 2) wahr.



▲ VL ▲ ver.di Mitglied

Zur Betriebs- und Vertrauensleutearbeit hat der Gewerkschaftsrat die folgenden Grundsätze und Ziele beschlossen (Auszug aus § 50 Absatz 3 der Satzung):

Im Anhang ausführlich: „Richtlinie zur Betriebs- und Vertrauensleutearbeit (§ 50.3)“.

Grundsätze und Ziele:

Die Sicherung und Gestaltung betrieblicher Interessenvertretung und gewerkschaftlicher Betriebsarbeit ist für die abhängig Beschäftigten und für ihre Gewerkschaften ein Grundrecht und eine gewerkschaftliche Existenzfrage.

Eine gewerkschaftliche Grundorganisation durch Vertrauensleute ist eine Grundlage für gesellschaftspolitische Wirkungsmöglichkeiten der ver.di und für Durchsetzungskraft gegenüber Arbeitgebern.

Die Mitglieder bilden die Grundlage für die Durchsetzungskraft und Kampfbereitschaft der ver.di. Das wichtigste Arbeitsfeld der ver.di ist der Betrieb. Die Vertrauensleute bilden im Betrieb das Fundament der Gewerkschaftsarbeit. Sie sind Träger betrieblicher und überbetrieblicher gewerkschaftlicher Meinungs- und Willensbildung.

Die Vertrauensleute arbeiten im Rahmen der Satzung an der Gestaltung der ver.di mit und vertreten die Gewerkschaftspolitik in den Betrieben auf der Grundlage der Beschlüsse und Forderungen der ver.di.

Vertrauensleute sind Träger der Tarifpolitik. Sie nehmen ihre betriebliche Mobilisierungs- und Informationsarbeit im Rahmen von Tarifverhandlungen und Tarifkonflikten wahr.

Die gleichstellungs- und frauenpolitischen Grundsätze der ver.di werden auch in der betrieblichen Gewerkschafts- und Vertrauensleutearbeit umgesetzt.

Inhalte und Formen der betrieblichen Vertrauensleutearbeit gewährleisten und fördern Mitgliederbeteiligung, Transparenz und Offenheit für Interessen unterschiedlicher Mitglieder- und Beschäftigtengruppen und offene Angebote zur Nutzung der ehrenamtlichen Sachverständigen.

Vertrauensleute knüpfen mit anderen gesellschaftlichen Gruppen und Initiativen, deren Ziele von ver.di unterstützt werden, Netzwerke und beteiligen sich an gemeinsamen Aktionen. Sie sind offen für Bündnisse und Kooperationen mit anderen sozialen Bewegungen.

Alle ver.di-Organen und Gliederungen gewährleisten im Rahmen ihrer Aufgaben die Beratung und Unterstützung der Vertrauensleutearbeit. Dabei haben zentrale und dezentrale Bildungsangebote einen besonderen Stellenwert.

3. WIR WÄHLEN UNSERE VERTRAUENSLEUTE

AUFGABEN UND ABLAUF-PLANUNG DER VL-WAHL

Vertrauensleute werden jeweils im Jahr vor einem ordentlichen Gewerkschaftstag gewählt. Den genauen Zeitpunkt bestimmt der ver.di-Bezirk/Fachbereich.

Dort wird auch entschieden, wenn Wahlen aus besonderen Gründen notwendig sind (z.B. zwischen den Wahlperioden).

Im Leitfaden „Wir wählen unsere Vertrauensleute“ (herausgegeben vom Bereich Mitbestimmung) sind die einzelnen Schritte der VL-Wahl ausführlich vorgestellt. Für die betriebliche Öffentlichkeitsarbeit und Motivation zur Wahl gibt es zwei Flyer (Näheres am Ende des Kapitels).

Wir stellen die wichtigsten Aufgaben zur Organisation der Wahl zusammenfassend vor. Die durch die Kästen hervorgehobenen Arbeitsschritte werden weiter unten ausführlich beschrieben.

Arbeitsschritte zur Vorbereitung und Durchführung einer VL-Wahl

Gemeinsame Vorbereitungssitzung der bisherigen Vertrauensleute oder in der Gewerkschaftsarbeit Aktiven mit den ver.di-Mitgliedern im BR oder PR einberufen.

- Wahltermin festlegen und bekannt machen.

Bestandsaufnahme zur Beschäftigten- und Mitgliederstruktur sowie zur bisherigen gewerkschaftlichen Arbeit oder VL-Arbeit vornehmen.

- Wahlvorschläge sammeln.
- Liste der Wählerinnen und Wähler (ver.di-Mitglieder) erstellen.
- Betriebliche Wahl- und Betreuungsbereiche und den Wahlschlüssel festlegen.

- Für die Wahl werben und mobilisieren.
- Die Vertrauensleutewahl in Mitgliederversammlungen für den Gesamtbetrieb oder für Teilbereiche durchführen.

- Das Wahlergebnis bekannt geben.
- Vertrauensleuteversammlung einberufen und Wahl einer Vertrauensleuteleitung durchführen.
- Wahlergebnisbogen ausfüllen und an den ver.di-Bezirk/Fachbereich weitergeben.

Vertrauensleute im Betrieb vorstellen

Gemeinsame Vorbereitungssitzung der bisherigen Vertrauensleute oder in der Gewerkschaftsarbeit Aktiven mit den ver.di-Mitgliedern im BR oder PR einberufen.

In der gemeinsamen Sitzung sollen alle konkreten Schritte zur Vorbereitung und Durchführung der Wahl mit den entsprechenden Verantwortlichkeiten und ein Zeitplan festgelegt werden (siehe Checkliste am Schluss des Kapitels).

Es ist wichtig, zu Beginn festzulegen, wer was in welchem Zeitraum macht. In größeren Betrieben sollte ein verantwortlicher Wahlausschuss gebildet werden. Seine Aufgabe besteht auch darin, den beschlossenen Ablauf anhand einer Checkliste zu überwachen (Controlling).

Wer an der Sitzung teilnimmt (alle wichtigen Aufgaben sollten verteilt werden können), hängt von der Situation vor Ort ab:

- in größeren Betrieben die VL-Leitung bzw. der Betriebsgruppenvorstand
- in kleinen Betrieben alle VL und der betriebliche Gewerkschaftsvorstand
- wenn es noch keine VL gibt, die in der bisherigen gewerkschaftlichen Arbeit Aktiven und Engagierten sowie
- die ver.di-Mitglieder aus dem BR oder PR

Wichtig: beteiligen und aktivieren

Die Sitzung für interessierte Mitglieder öffnen!

Vor allem, wenn VL-Arbeit neu aufgebaut wird, sollten möglichst viele Mitglieder für die Teilnahme an der Sitzung gewonnen werden.

Ein umfassendes betriebliches Wissen wird gebraucht, um die Wahlen gut vorzubereiten.

Ein umfassendes betriebliches Wissen ist die Voraussetzung für eine Bestandsaufnahme der betrieblichen Strukturen, der Beschäftigtengruppen und der Organisationsgrade.

Bestandsaufnahme zur Beschäftigten- und Mitgliederstruktur sowie zur bisherigen gewerkschaftlichen Arbeit oder VL-Arbeit vornehmen.

Eine Bestandsaufnahme erleichtert es, wirksame Betreuungsstrukturen (Wirkungsbereiche) für die ver.di-VL-Arbeit zu entwickeln und aufzubauen (siehe auch Kapitel 5 zur Planung der VL-Arbeit). Für einen Wirkungsbereich ist mindestens eine Vertrauensfrau/ein Vertrauensmann zu wählen. Eine Bestandsaufnahme bündelt die Informationen zu den Beschäftigten- und Mitgliederstrukturen, zur Einschätzung der bisherigen VL-Arbeit bzw. zu den gewerkschaftlichen Aktivitäten. So ergeben sich wichtige Aspekte für die VL-Arbeit in Wirkungsbereichen.

Bestandsaufnahme:

- Wie viele Beschäftigte und welche Beschäftigtengruppen hat unser Betrieb?
- Wie sind die ver.di-Organisationsgrade insgesamt und in den einzelnen Beschäftigtengruppen?
- Wie setzt sich der BR oder PR zusammen?
- Wie haben sich unsere bisherigen Wirkungs- oder Betreuungsbereiche bewährt?
- Welche Erfahrungen haben wir in unserer bisherigen Arbeit gemacht?
 - Mit unseren Themenschwerpunkten?
 - Mit unserer Arbeitsweise und unseren Arbeitsstrukturen?
- Was hat sich bewährt und was sollte sich im Hinblick auf die ver.di-VL-Arbeit verändern?
- Was sind zukünftige sinnvolle Schwerpunkte unserer ver.di-VL-Arbeit?

Leitfragen

In der Vorbereitungssitzung zur Organisation der Wahl sollte auch schon der **Termin für die erste Vertrauensleuteversammlung** festgelegt werden. Dort wird ein Vertrauensleutenvorstand gewählt. Gibt es bereits einen ver.di-Betriebsgruppenvorstand, nimmt dieser die Aufgabe des betrieblichen Vorstandes wahr und lädt zur VL-Versammlung ein (vgl. Kapitel 2 „Übersicht: So arbeiten VL“).

Auf der ersten Vertrauensleuteversammlung nach der Wahl sind folgende Punkte wichtig:

- Organisation der VL-Arbeit festlegen.
- Arbeitsstrukturen und Arbeitsteilung – z.B. Bildungsbeauftragte/r – klären.
- Interesse an inhaltlichen Schwerpunktsetzungen ausloten.
- Bedarf an Vertrauensleute-Seminaren ermitteln.
- Kontakt zum ver.di-Bezirk/Fachbereich festlegen.
- Kooperation mit dem Betriebs- bzw. Personalrat ausführlich und zielorientiert besprechen.

Vertrauensleute im Betrieb vorstellen

Eine gute betriebliche Öffentlichkeitsarbeit beginnt damit, Mitglieder und Noch-nicht-Mitglieder zu informieren, wer ihre gewerkschaftlichen Ansprechpartner/innen sind und an wen sie sich wenden können.

Empfehlenswert sind die persönliche Vorstellung im Gespräch und eine Vorstellung der einzelnen Vertrauensmänner und -frauen mit einem Foto am „Bunten Brett“. Dabei sollte erkennbar sein, wer von den Vertrauensleuten für welchen Bereich zuständig und wie zu erreichen ist.

Hier sind wir – eure Vertrauensleute

Danke für die Wahl und euer Vertrauen – nun möchten wir uns als eure Ansprechpartner/innen vorstellen

			
<p>Ich heiße: meine Zuständigkeit/ mein Bereich: Zu erreichen bin ich (Tel.):</p>			



<p>Martin Seidel Fahrdienst Tel.:</p>	<p>Ines Weber Bildungs- beauftragte Tel.:</p>
--	--

Abschließend eine Checkliste mit Hinweisen, was bei der Organisation zur VL-Wahl zu beachten ist.

Organisation der VL-Wahl- Checkliste

Wann und wo soll die Wahl stattfinden?	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wahlzeitraum und -termin festlegen und mit dem Bezirk abstimmen
Wie soll/kann gewählt werden?	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wahlort festlegen: im Betrieb, in Mitgliederversammlungen, Teilmitgliederversammlungen ■ Während der Arbeitszeit? ■ Briefwahl zur Erhöhung der Wahlbeteiligung?
Wer soll wählen? Wer ist ver.di-Mitglied?	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mitgliederlisten vom Bezirk bzw. Fachbereich auf den neuesten Stand bringen und Änderungen zurückmelden
Wie wollen wir über die Wahl informieren und werben?	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mit welchen Wahl-Informationen erreichen wir unsere Mitglieder am besten? Materialien und Medien absprechen
Welche Themen sprechen die Wähler/innen an?	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wichtige gewerkschaftliche und betriebliche Themen für die Wahl nutzen
Wer stellt sich zur Wahl?	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wahlvorschläge sammeln: Welche ver.di-Mitglieder aus welchen Bereichen des Betriebes kommen als VL in Betracht oder stellen sich zur Wahl? ■ Betriebsbereiche und Engagement der ver.di-Mitglieder berücksichtigen ■ Frauen und Männer nach Anteil an der Belegschaft angemessen berücksichtigen ■ Alle Mitgliedergruppen (z.B. Jugend) einbinden ■ Überprüfen, ob alle Betriebsbereiche und Mitgliedergruppen in den Wahlvorschlägen vertreten sind
Wie geht es weiter – wer ist für welche Aufgaben zuständig?	<ul style="list-style-type: none"> ■ Verantwortlichkeiten und Zeitpunkte vereinbaren ■ Die Sitzungsergebnisse mit dem/der zuständigen ver.di-Sekretär/in absprechen ■ Termin für VL-Versammlung festlegen

*Zu ergänzen:
Was ist
noch wichtig?*

Wo gibt es weitere Infos/Anregungen?

Leitfaden –

Wir wählen unsere Vertrauensleute

Es ist konkret beschrieben, wie die Wahl in zehn Schritten vorbereitet und durchgeführt wird.

2 Flyer –

Das erste Mal: Wir wählen unsere Vertrauensleute und Die Arbeit der Vertrauensleute – Vertrauen ist gut. Vertrauensleute sind besser.

In frischer Sprache werden Mitglieder und Interessierte informiert und motiviert.

3 Imageplakate:

**aktiv & besonnen;
neugierig und informiert;
engagiert & kritisch**

Eindrücke DIN A 4 und DIN A 3

ver.di Bundesverwaltung

Ressort 4, Vertrauensleute und Betriebsarbeit
Potsdamer Platz 10, 10785 Berlin

barbara.scheiter@verdi.de

hartwig.mallmann@verdi.de

Tipp:

**Ein Kerngruppen-
seminar zur
Vorbereitung der
VL-Wahl mit Bezirk
absprechen.**

4. AUFGABEN DER VERTRAUENSLEUTE

WIE KANN DIE ARBEIT GESTALTET WERDEN?

Regelmäßige Aufgaben

Für Vertrauensleute gibt es regelmäßige Aufgaben, die sich aus den Strukturen (siehe grafische Übersicht: „So arbeiten Vertrauensleute“, Kapitel 2) ableiten lassen: Informationsarbeit, Arbeitskoordination und Zusammenarbeit mit den betrieblichen und örtlichen Fachbereichsvorständen und dem Betriebs- oder Personalrat. Die Aufgaben der Vertrauensleute sind weniger als ein „Pflichtenkatalog“ gedacht. Wichtig ist vielmehr, die Situation vor Ort zu berücksichtigen und daraus konkrete Aufgaben abzuleiten.

Die Auseinandersetzung mit dem eigenen Selbstverständnis, die gemeinsame Zielplanung und Schwerpunktsetzung helfen, die wichtigen Aufgaben herauszufinden.

Welches Selbstverständnis/ welche Motivation habe ich als Vertrauensmann und -frau?

Gewinnen wir Klarheit über unser Selbstverständnis, unsere Ziele und Ansprüche, haben wir es einfacher, unsere Aufgaben sicher, glaubhaft und überzeugend anzugehen.

Leitfragen

Fragen, mit denen ich mein Selbstverständnis als Vertrauensmann/-frau klären kann:

- Was hat mich in wichtigen Stationen meiner gewerkschaftlichen „Geschichte“ geprägt?
- Was prägt meine ver.di-Identität?
- Was kann ich gut – wo sehe ich meine persönlichen Stärken? Das macht mir Spaß...

- Was motiviert mich besonders: Womit möchte ich mich als ver.di-Vertrauensmann oder Vertrauensfrau einbringen?
- Was möchte mit meiner Arbeit als Vertrauensfrau/-mann bewirken: für ver.di/ für meine Kolleg/innen/für unsere VL-Gruppe/...?

Auch für die Gruppe der Vertrauensleute sollte das Selbstverständnis ihrer Arbeit ein Thema sein – besonders dann, wenn die Vertrauensleutearbeit im Betrieb aufgebaut wird und dabei gemeinsame Positionen und Ziele bestimmt werden.

Bei einer Diskussion zum Arbeits- oder Selbstverständnis stellt sich auch heraus, welche Kompetenzen die einzelnen Mitglieder in die Vertrauensleutearbeit einbringen. Das hilft, Arbeitsformen und Aufgabenschwerpunkte festzulegen und konkrete Aufgaben zu verteilen.

Die Stärken/Kompetenzen, Motivation und Ziele der Einzelnen lassen sich zu einem gemeinsamen Profil zusammentragen.

Tipp:

Die gemeinsame VL-Arbeit mit einem Stärkenprofil der Gruppe beginnen.

Unsere Stärken, Motivation, Ziele und was uns Spaß macht...			
Name			
Stärken Kompetenzen			
Motivation			
Ziele VL-Arbeit			
Das macht uns Spaß			

4.1 AUFGABENSPEKTRUM FÜR VERTRAUENSLEUTE

Unterscheiden kann man Kernaufgaben (oder kontinuierliche Aufgaben), aktuelle Aufgaben und selbst gestaltete Aufgaben.

Zu den Kernaufgaben gehören die Gestaltung der Kommunikation mit den Mitgliedern und das Informationsmanagement (z.B. Informationsfluss zwischen VL, den Gremien der Interessenvertretung und den (örtlichen) Organen und Gremien der ver.di).

Die aktuellen Aufgaben ergeben sich aus dem, was passiert (betrieblich, gewerkschaftlich); es sind die Aufgaben, aus denen sich ein verstärkter Handlungsbedarf ergibt.

Selbst gestaltete Aufgaben stehen unter dem Motto: Agieren statt reagieren. Darunter fallen gewerkschafts- und betriebspolitische Schwerpunktaktivitäten. Diese Aufgaben erfordern ein strategisches Vorgehen.

Aufgaben zum Aufbau von VL-Strukturen als Herausforderung annehmen. Denn der ver.di-Prozess ist einmalig in der Gewerkschaftsgeschichte. Dazu gehört vor allem, die VL-Arbeit konkret anzupacken und zu organisieren.

Alle Aufgaben können dann gut ausgefüllt werden, wenn die betrieblichen Strukturen, die aktuellen Prozesse und vor allem die Beschäftigten- und Mitgliederstrukturen im Betrieb oder in der Verwaltung bekannt sind.

Tipp:
Die Strategie der kleinen Schritte verfolgen und so Überforderung vermeiden

Erreichte Ziele und „erlebte“ Erfolge für Mitglieder und Noch-nicht-Mitglieder sind das „Salz in der Suppe“ und der Motivationsschub für mich und meine Arbeit als ver.di-Vertrauensfrau/-mann ebenso wie für die Kollegen und Kolleginnen vor Ort.

Gut geplant ist halb gewonnen!

Für Vertrauensleutearbeit gilt die grobe Richtlinie: eine Planungssitzung im Jahr. Stehen aktuelle/drängende oder auch selbst gestellte Aufgaben im Vordergrund, wird es notwendig, sich häufiger zu Sitzungen zu treffen, um die Arbeit zu koordinieren und verstärkt in Arbeitsgruppen zu arbeiten (siehe Kapitel 5 und 6).

Nicht jeder muss alles gleich gut können, sondern seine eigenen Stärken und Handlungsfelder für sich herausfinden. Eine Gruppe/ein Team ist dann besonders leistungsfähig, wenn die Einzelnen sich ihrer Fähigkeiten bewusst sind und sich ergänzen.

Es wäre doch nicht effektiv und schade, wenn der Vertrauensmann, der Ideen und ein „gutes Händchen“ hat für die attraktive Gestaltung des „Bunten Brettes“ das nicht tun würde. Oder wenn die Vertrauensfrau, die so fesselnd und gut argumentiert, diese Stärke nicht in den Personalversammlungen einsetzen würde.

Wir haben einen Überblick über die Kernaufgaben zusammengestellt. Doch es wird je nach der betrieblichen, der gewerkschaftlichen Situation, nach Schwerpunktsetzung oder zu leistender Aufbauarbeit unterschiedliche Gewichtungen geben.

**Klausurtagung
mit externer
Unterstützung
organisieren.**

**ver.di-Bildungs-
beratung
in Anspruch
nehmen.**

Kernaufgaben für Vertrauensleute

Ziele	Aktivitäten
<p>(Gewerkschaftliche) Infos an die Beschäftigten und Mitglieder weitergeben</p> <p>Für kontinuierliche gewerkschaftliche Öffentlichkeitsarbeit sorgen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mitglieder und Beschäftigte am Arbeitsplatz ansprechen ■ Infomaterial verteilen: z.B. ver.di-Betriebszeitungen und –materialien ■ Das „Bunte Brett“ gestalten und pflegen ■ Informieren in kleinen Zusammenkünften und auf Personal- und Betriebsversammlungen
<p>Mitglieder in betriebliche und gewerkschaftliche Entscheidungsprozesse einbeziehen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Probleme/Forderungen der Beschäftigten sammeln und weitergeben (in die VL-Versammlung, zum PR/BR) ■ Entscheidungsprozesse beeinflussen (vor Ort diskutieren, Ergebnisse darstellen) ■ Beschlüsse der ver.di, Forderungen und Aktivitäten transportieren und zur Beteiligung motivieren und mobilisieren ■ Durch Diskussion von Positionen und Forderungen die tarifpolitische Willensbildung beeinflussen
<p>Bei der Umgestaltung der Arbeitsbedingungen mitwirken und Schutzfunktion wahrnehmen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Für die Einhaltung von Arbeits-, Gesundheits- und Umweltbestimmungen sorgen ■ Für die Umsetzung von geltenden Tarifbestimmungen und Betriebsvereinbarungen sorgen ■ Solidarisches Verhalten fördern
<p>Mitglieder beraten</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Über die (Dienstleistungs)Angebote der ver.di beraten ■ Für (Bildungs-)Veranstaltungen motivieren ■ Probleme aufgreifen und weitergeben (Betriebsgruppenvorstand, VL-Leitung, BR/PR, ver.di-Gremien) ■ Beim Ausfüllen von Anträgen unterstützen ■ Probleme der Einzelnen aufnehmen und Hilfestellung bei der Suche nach Lösungen geben

Ziele	Aktivitäten
Für die eigene Qualifikation sorgen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Informations- und Bildungsangebot der ver.di nutzen und eigene Qualifizierung systematisch planen
Mitglieder über ver.di-Bildungsangebote informieren	<ul style="list-style-type: none"> ■ Zur Teilnahme an Bildungsveranstaltungen motivieren und Teilnehmende benennen ■ Für betriebsnahe Bildung sorgen
Mitglieder werben und Mitgliederbestand sichern	<ul style="list-style-type: none"> ■ Werbegespräche führen ■ Mit Austrittswilligen sprechen
Besondere Verantwortung für die ver.di-Jugendarbeit wahrnehmen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kolleg/innen für gewerkschaftliche Aufgaben oder Aufgaben in der gesetzlichen Interessenvertretung motivieren ■ ver.di-Jugendarbeit unterstützen
Mit den Interessenvertretungen zusammenarbeiten (BR/PR, JAV,...)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kontakt aufnehmen, wenn es um Entscheidungen über den eigenen Wirkungsbereich geht ■ ver.di-Mitglieder im BR/PR über Diskussionen und Vorgänge im Betrieb informieren ■ In BR/PR-Sitzungen über den eigenen Bereich informieren ■ Sich an Betriebs- bzw. Personalversammlungen aktiv beteiligen
Wahlen unterstützen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Vorschläge für gewerkschaftliche Wahlen im Bereich der Betriebsgruppe erarbeiten ■ Bei der Erarbeitung von Vorschlägen für gewerkschaftliche Wahlen im eigenen Wirkungsbereich mitbestimmen ■ Vorschläge für die Aufstellung von Kandidatenlisten der ver.di zur Wahl der gesetzlichen Interessenvertretungen erarbeiten ■ ver.di-interne Vorbereitung der Wahlen der gesetzlichen Interessenvertretung unterstützen

*Zu ergänzen:
Was ist für
mich wichtig?*

4.2 WELCHE Kernaufgaben hat die VL-Leitung bzw. haben betriebliche und örtliche Vorstände?

Nach der Wahl bilden alle VL die Vertrauensleuteversammlung. Aus ihrer konstituierenden Sitzung wählen die VL aus ihrer Mitte die VL-Leitung. Eine Leitung sollte gewählt werden, wenn es mehr als zehn Vertrauensleute in einem Betrieb gibt.

Die Aufgaben der Vertrauensleiteitung ergeben sich aus den Aufgaben der Vertrauensleuteversammlung. Eine kontinuierliche Aufgabe ist die Organisation des Austausches zwischen den Vertrauensleuten sowie die Arbeitsplanung und -koordination. Vertrauensleute arbeiten wirksam, wenn sie ihr Vorgehen abstimmen.

Aufgaben	Ausgestaltung
Organisation von Sitzungen und Versammlungen	<p>Die VL-Leitung führt Mitgliederversammlungen und gewerkschaftliche Veranstaltungen durch. Sie sorgt dafür, dass bedarfsorientierte Vertrauensleutesitzungen stattfinden und leitet die Sitzungen ergebnisorientiert.</p> <p>Ein wichtiger Punkt der Sitzungen ist die Information und gezielte Einbeziehung der Mitglieder. So sind auch die Themen der nächsten Mitgliederversammlung festzulegen.</p> <p>Zur Vorbereitung der Sitzungen haben wir Leitfragen, zur ergebnisorientierten Leitung eine Checkliste zusammengestellt.</p>
Informationsmanagement und Führung der VL-Liste für den eigenen Bereich	<p>Informationen über alle gewerkschaftlichen Aktivitäten, insbesondere über Beschlüsse der Organe, Tarifaktionen müssen alle Vertrauensleute verlässlich erreichen.</p> <p>Die Verteilung von Informationsmaterial erfordert eine gute Organisation, dazu führt die VL-Leitung eine Liste der VL ihres Bereichs.</p> <p>Vorgänge und Veränderungen im Betrieb werden an den Bezirksfachbereich und den Bezirk weitergegeben, z.B. Tendenzen und Veränderungen in der Mitgliederentwicklung. Wichtig ist, über jeden Austritt zu informieren.</p> <p>Vorschläge zur systematischen Informationserfassung Kapitel 5.</p>
Organisation der Zusammenarbeit der Vertrauensleute	<p>Die VL-Leitung sorgt für eine zielgerichtete VL-Arbeit. Sie bereitet Sitzungen zur Arbeitsplanung vor, erarbeitet mit den VL Schwerpunktaktivitäten und übernimmt Koordinierungsaufgaben.</p> <p>Wichtig ist, die VL bei ihrer Arbeit zu unterstützen.</p>

Aufgaben	Ausgestaltung
Kontaktpflege mit den Interessenvertretungen	Wichtige inhaltliche Fragen und (Schwerpunkt) Aktivitäten werden abgestimmt und koordiniert.
Unterstützen von Wahlen	Die VL-Leitung beteiligt sich bei der Aufstellung der betrieblichen Kandidatinnen und Kandidaten zu den Aufsichtsratswahlen.
Bildung	VL-Leitungen benennen Zuständigkeiten für gewerkschaftliche Bildungsarbeit und für gewerkschaftliche Jugendarbeit und sorgen dafür, dass die Vertrauensleute für ihre Arbeit qualifiziert werden. Bildungsprogramm über: www.verdi-zentrale-Seminare.de
Offene Formen der Arbeit: Mitgliederbeteiligung	Die VL-Leitung kann Arbeitskreise oder Projektgruppen bilden, die offen sind für Noch-nicht-Mitglieder. So können die Interessen unterschiedlicher Mitglieder- und Beschäftigtengruppen einbezogen werden. Allerdings müssen die Sprecher oder Sprecherinnen von Arbeitskreisen oder Projektgruppen ver.di-Mitglieder sein. Näheres im Kapitel 6 „Offene Arbeitsformen zu aktuellen Themen: Mitglieder und Betroffene beteiligen“.
Mitgliederwerbung	Eine gute Mitgliederwerbung ist die transparente und engagierte Gewerkschaftsarbeit nah an den Interessen der Beschäftigten. VL-Leitungen unterstützen Vertrauensleute in der wichtigen Aufgabe, Mitglieder zu halten und neue Mitglieder zu gewinnen. Näheres im Kapitel 8 „Werbung von Mitgliedern: Arbeitsschwerpunkt und kontinuierliche Aufgabe“
Unterstützung der Beratungsgremien der VL	In ver.di gibt es Beratungsgremien der VL zu themenbezogenen Arbeitstagen, VL-Konferenzen, zum Bundesvertrauensleuteausschuss und zu VL-Gremien auf bezirklicher und landesbezirklicher Ebene.

Arbeitsplanung findet sich im Kapitel 5;
ein Leitfaden zur Moderation in Kapitel 6.

Vorbereitung von Sitzungen – Checkliste

Informationsaustausch, Diskussion und Beschlussfassung

Ort der Sitzung festlegen

- Im Betrieb? Oder wo sonst?
- Festlegen, wer den Raum organisiert
- Berücksichtigen, dass der Ort für alle gut erreichbar ist

Termin und Zeitdauer bestimmen

- Während der Arbeitszeit?
- Besonderheiten wie Schichtdienst, Alleinerziehende, Familien, Pendler/innen berücksichtigen

Festlegen, mit wem Absprachen im Voraus zu treffen sind

- Welche BR- oder PR-Mitglieder sind ein-zubeziehen?
- Was ist mit dem oder der Gewerkschaftssekretär/in zu klären?
- Wer macht's: Verantwortlichkeit festlegen

Inhalte der Versammlung absprechen: Themenschwerpunkte (TOPs) festlegen

- Was soll diskutiert werden: Zeitbedarf (komplexe Themen) realistisch einschätzen;
- Welche offenen Punkte gibt es vom letzten Mal?
- Welche Informationen aus dem Bezirk oder Bezirksfachbereich sind weiterzugeben?
- Welche Informationen aus dem BR oder PR?

Beteiligung und aktive Mitarbeit ermöglichen

- Wie kann die Diskussion angeregt werden?
- Methodisches Vorgehen absprechen

Aufgabenverteilung überlegen:

Wer bereitet welchen TOP vor?

- Wie ist der Stand zu den TOPs?
- Welche aktuellen Probleme gibt es?
- Was muss unbedingt berichtet werden?
- Welche Beschlussvorlagen sind nötig?
- Sind bestimmte Aufträge zu erteilen?

Einladungsschreiben besprechen und Aufgabe delegieren

- Sind konkrete Infos notwendig zur Vorbereitung der Diskussionen und Ergebniserarbeitung?
- Informationen zusammentragen.
- Welche Infos sollen in die Einladung kommen?

Verteilung der Einladung und Zuständigkeit klären

- An wen und wie müssen die Einladungen verteilt werden?

Sitzungsleitung absprechen

- Durchgängige Moderation einer Person?
- Wechsel der Moderation bei den TOPs?
- Wie werden die Ergebnisse und Absprachen gesichert (z.B. auf Karten und Wandzeitungen oder Flipchart „visualisiert“)?
- Wer ist dafür zuständig und hält die Ergebnisse fest?
- Wer sorgt für die Materialien?

Abstimmungsprozedere besprechen

- Wer darf bei welchen Fragen abstimmen?

Ergebnissicherung vordenken

- Wie werden Beschlüsse und Ergebnisse umgesetzt?
- Wie soll die Öffentlichkeitsarbeit aussehen?

Mitgliederbeteiligung überlegen

- Wie können die Mitglieder einbezogen werden?

Zu ergänzen:
**Was ist für
mich wichtig?**

Durchführung von Vertrauensleutesitzungen (Betriebsgruppensitzungen) – Checkliste

Technik checken

Sitzungsablauf erläutern

- Begrüßung, Vorstellung der Gäste
- Tagesordnung vorstellen und abstimmen (nach Ergänzungen fragen, Veränderungswünsche für die Reihenfolge berücksichtigen, Zeit klären) Rahmenbedingungen nennen (Moderation, Rednerliste, Zeitplan, Redezeitbegrenzung)

Tagesordnungspunkte nacheinander abhandeln

- Informations- und Erfahrungsaustausch aus den einzelnen Wirkungsbereichen anleiten
- kurze Überleitung zum jeweiligen Tagesordnungspunkt/Bericht geben
- Tagesordnungspunkt/Bericht darstellen, z.B.
 - Information und Diskussion zu den BR/PR-Vorhaben
 - Problemdarstellung: Welche Veränderungen sind von Arbeitgeberseite geplant? Wer ist davon betroffen?
 - Welche Forderungen der Mitglieder und der betroffenen Beschäftigten gibt es?
 - Wo gibt es Handlungs- und Unterstützungsbedarf?
- Vorgehen und Diskussionspunkte vorschlagen (z.B. Verständnisfragen klären, weitere Infos und Meinungen sammeln, Unterstützungsmöglichkeiten und Handlungsschritte überlegen)

- Bei Abweichungen auf den Punkt zurückführen
- Ergebnisse zusammenfassen und schriftlich festhalten (z.B. Meinungsbild, weiteres Vorgehen)
- Beschlussvorlagen vortragen und Abstimmungsverfahren deutlich machen (Beschluss mit Abstimmungsergebnis schriftlich festhalten)
- Punkte zur Personal- und Mitgliederversammlung diskutieren
- Über ver.di-Seminare informieren (Werbung)

Öffentlichkeitsarbeit/Beteiligung besprechen

- Informationsziele und Medien absprechen (Artikel in der Betriebszeitung? Aushänge am „Bunten Brett“?)
- Beteiligungsangebote abstimmen

Ergebnisse sichern

- Aufgabenverteilungen absprechen; Planung visualisieren

**Zu ergänzen:
Was ist für
mich wichtig?**

Vorbereitung einer Mitgliederversammlung – Checkliste

Versammlung mit dem ver.di-Bezirk inhaltlich vorbereiten

- Was ist das Hauptthema unserer Versammlung?
(strategische Gesichtspunkte berücksichtigen)
- Was soll noch diskutiert werden?
(Diskussionsbedarf einschätzen, um realistische Zeitplanung machen zu können)

Ziele der Versammlung klären

- Was wollen wir erreichen?
(informieren, aktivieren, wählen: aktuelle Situation und Stimmung der Kolleg/innen und Mitglieder mit einbeziehen)

Inhaltlichen Versammlungsablauf festlegen

- Welche Reihenfolge ist für die Themenabfolge sinnvoll?
- Wie können wir die Themen anschaulich und motivierend „überbringen“?
(Medien nutzen, Beteiligungsmöglichkeiten überlegen: z.B. Meinungen und Vorschläge auf Karten sammeln)
- Welche Einwände und Kritik sind zu erwarten?
(Argumente zur Entkräftung überlegen)

Aufgaben verteilen

- Wer übernimmt welche Aufgaben?
(Wer sagt/macht was?
Wer besorgt das benötigte Material?
Wer hält die Ergebnisse fest?)

Organisatorisches mit zuständigen ver.di-Organen absprechen

- Tagesordnung mit Bezirk oder Bezirksfachbereich festlegen
- Aufgaben und Termine mit Betreuungssekretär/in abstimmen
(Frage klären: Soll es zusätzliche Expert/innen geben?)
- Termin und Ort festlegen (Was ist am günstigsten?)
- Einladungen mit dem Bezirk oder Bezirksfachbereich verfassen (für rechtzeitige Verteilung sorgen, auch mündliche Information absprechen)
- Materialien/Infos für die Teilnehmenden überlegen?
(Wer sorgt dafür?)

Zu ergänzen:
Was ist für mich wichtig?

Durchführung und Auswertung einer Mitgliederversammlung – Checkliste

Versammlungsablauf gestalten

- Wenn nötig Vorstellungsrunde (Expert/innen, Teilnehmende)
- Ablauf vorstellen
 - Was soll vorgestellt und diskutiert werden?
 - Beteiligung ermöglichen: nach Ergänzungen fragen
- In die jeweiligen Themen einführen, Diskussionspunkte vorschlagen und Diskussion leiten
- Zur Beteiligung motivieren: Meinungen einholen, Vorschläge sammeln, wichtige Ergebnisse zusammenfassen (und visualisieren)
- Bei Abweichungen auf den Diskussionspunkt zurückführen

Solidarisch diskutieren

- Gut zuhören und Bezug zu den Beiträgen herstellen
- Verständnis zeigen

Konstruktiv mit Kritik umgehen

- Ruhig zuhören und Kritikpunkte offensiv sammeln
- Keine Verteidigungshaltung einnehmen
- Kolleg/innen aus negativer Kritik heraushelfen und nach Verbesserungsvorschlägen fragen
- Unangemessene Kritik sachlich und bestimmt zurückweisen

Ergebnisse herbeiführen und festhalten

- Diskussion ergebnisorientiert führen und konkrete Ergebnisse festhalten

Versammlung auswerten

- Alle beteiligten Vertrauensleute schildern ihre Eindrücke und was sie an Reaktionen von den Teilnehmenden gehört haben
- Stärken und Schwächen bewerten (Wurde das Ziel der Versammlung erreicht? Was lief warum sehr gut? Wo gab es Problempunkte – warum?)
- Verbindlich festhalten, was bei der nächsten Versammlung berücksichtigt werden soll (bei der Vorbereitung und bei der Durchführung)

**Zu ergänzen:
Was ist für
mich wichtig?**

4.3 DIE ZUSAMMENARBEIT UND ARBEITSTEILUNG ZWISCHEN VERTRAUENSLEUTEN UND DEM BETRIEBS-/PERSONALRAT

Der (feine) Unterschied

Betriebs- und Personalrat sind die gesetzlichen Interessenvertretungen der Beschäftigten in Betrieben und Verwaltungen. Sie werden von allen Beschäftigten gewählt und vertreten deren Interessen. Ob diese Mitglieder der ver.di oder einer anderen Gewerkschaft sind, spielt formal(!) keine Rolle. Das Betriebsverfassungsgesetz und das Personalvertretungsgesetz regeln die Rechte und Pflichten der gesetzlichen Interessenvertretung – einbezogen sind Jugend- und Auszubildendenvertretung, Mitarbeiter/innenvertretung und Schwerbehindertenvertretung, ...

Der Betriebs- und Personalrat braucht den Rückhalt der Gewerkschaft.

Um sich wirksam für die Interessen der Beschäftigten einsetzen zu können, brauchen der BR/PR und alle Interessenvertretungen die Unterstützung einer erfahrenen Gewerkschaft – sonst stehen sie auf verlorenem Posten.

Das wissen auch die Beschäftigten und entscheiden sich im Organisationsbereich der ver.di für die Kandidaten und Kandidatinnen der ver.di. In vielen Betrieben setzt sich der BR/PR ausschließlich aus Mitgliedern der ver.di zusammen. Ein Zeichen für das Vertrauen in die ver.di.

Dem Betriebs- und Personalrat sind rechtliche Grenzen gesetzt.

Im Unterschied zu den VL muss eine gesetzliche Interessenvertretung die engen rechtlichen Grenzen des Betriebsverfassungs- und Personalvertretungsgesetzes einhalten.

- Sie darf keine wirtschaftlichen Kampfmaßnahmen – Streiks – einleiten, um Forderungen gegenüber dem Arbeitgeber durchzusetzen.
- Vertrauensleute sind freier und haben vielfältige Möglichkeiten für gewerkschaftliche Aktivitäten. Damit können sie die Forderungen des BR/PR wirksam unterstützen.
- Eine gut funktionierende Zusammenarbeit zwischen den in der ver.di organisierten Betriebs- und Personalräten und den Vertrauensleuten ergibt eine starke und wirksame Interessenvertretung.

Das gemeinsame Fundament

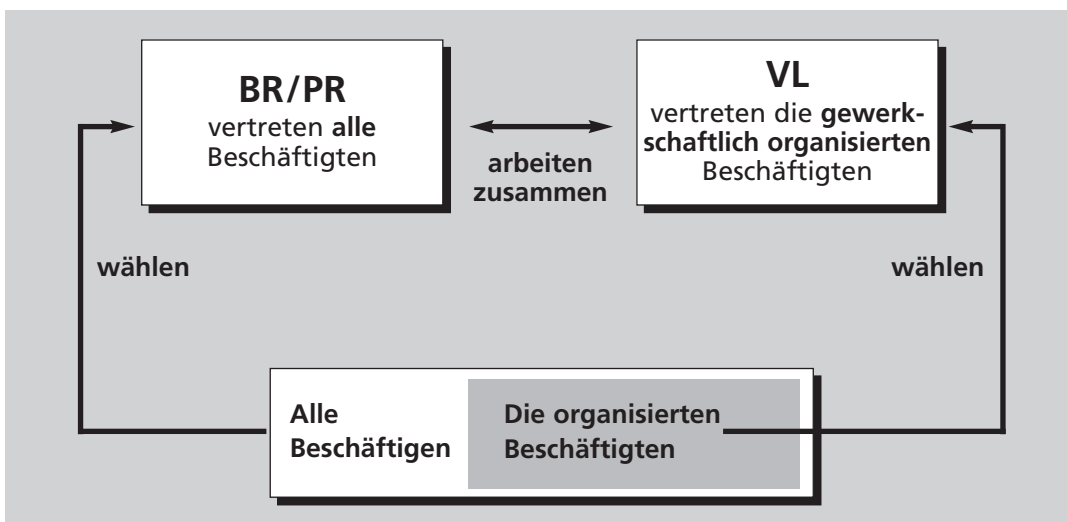
Vertrauensleute sind die in den Wirkungsbereichen gewählten Mitglieder der ver.di. VL sind auch die in Betrieben, Verwaltungen und Einrichtungen des ver.di-Organisationsbereiches beschäftigten ver.di-Mitglieder, die als Mitglieder gesetzlicher Interessenvertretungen gewählt worden sind, sowie die in Betrieben, Verwaltungen und Einrichtungen des ver.di-Organisationsbereiches beschäftigten Mitglieder von ver.di-Organen (§ 23 ver.di-Satzung – siehe auch Kapitel 2).

In der Zusammenarbeit bündeln sich die Kräfte: Die Vertrauensleuteversammlung oder eine Mitgliederversammlung stellen die ver.di-Kandidaten und Kandidatinnen für die PR-/BR-Wahlen auf.

Vertrauensleute wissen durch den täglichen Kontakt mit der Belegschaft oft genau „wo der Schuh drückt“. Sie tragen Wünsche, Forderungen und Probleme an den BR/PR heran. Diese aufzunehmen und mit dem Arbeitgeber zu verhandeln ist gesetzlich verankerte Aufgabe des PR/BR.

Gerade bei Konflikten kommt es auf das Zusammenspiel von BR/PR und VL an:

- Die Betriebs- und Personalräte schöpfen ihre rechtlichen Möglichkeiten aus (z.B. frühzeitige, umfassende Information und die verschiedenen Beteiligungsrechte) und arbeiten mit der Gewerkschaft zusammen.
- Die Vertrauensleute organisieren die gewerkschaftlichen Aktivitäten: Sie informieren und mobilisieren in Betriebs- oder Personalversammlungen. Sie gestalten und verteilen Flugblätter und bereiten den gewerkschaftlich beschlossenen Streik vor.



Die Gemeinsamkeiten und Unterschiede kennen und aus diesem Verständnis heraus die Kräfte bündeln!

Wie wird der BR/PR gewählt?

Alle vier Jahre durch die Beschäftigten in Betrieben und Dienststellen; Grundlage ist das Betriebsverfassungsgesetz und das Personalvertretungsgesetz

Wie werden Vertrauensleute gewählt?

Alle vier Jahre durch die ver.di-Mitglieder; Grundlage: ver.di-Satzung und Art. 9.3 Grundgesetz

Eine Voraussetzung für die gemeinsame gewerkschaftliche Aufgabenwahrnehmung und wirksame Interessensvertretung ist, dass VL und BR/PR und JAV sich in wichtigen Fragen austauschen und koordinieren. Aus der Diskussion können Ziele und Vorgehensweisen festgelegt werden:

- Wie soll die wechselseitige Information gestaltet werden?
- Wie können die Gemeinsamkeiten und Unterschiede für eine wirksame Vertretungspolitik genutzt werden?
- Zu welchen Handlungsfeldern soll eine gemeinsame Strategie erarbeitet und verfolgt werden?
- Wie soll die Zusammenarbeit konkret aussehen?

Wichtig:
Informations-
austausch regeln,
denn gerade das,
was selbstverständ-
lich scheint,
wird oft vergessen!

Wie gelingt eine gute Zusammenarbeit zwischen VL und dem BR/PR und der JAV?

- Vertrauensleute und gesetzliche Interessenvertretung übernehmen Verantwortung für einen lebendigen Informationsfluss zwischen den Gremien und sorgen dafür, dass alle wichtigen Informationen ausgetauscht werden, beispielsweise durch die Teilnahme der ver.di-BR/PR-Mitglieder an VL-Versammlungen.
- Bei beiden besteht das Wissen und Einverständnis über die strategischen Unterschiede und Bedeutungen von VL-Arbeit und der BR/PR-Arbeit.
- Die Gremien tauschen sich über die unterschiedlichen Aufgabenstellungen und Schwerpunkte aus.
- Beide Gremien diskutieren gemeinsame betriebs- und gewerkschaftspolitische Zielsetzungen und stimmen ihre strategischen Arbeitsteilungen ab.
- Sie nutzen Freistellungsmöglichkeiten für die gewerkschaftliche Basisarbeit.



4.4 GEWERKSCHAFTLICHE VERTRAUENSLEUTE IN DIE BETRIEBSRATSARBEIT NACH § 80 (2) SATZ 3 BETRVG EINBEZIEHEN

Das Betriebsverfassungsgesetz bietet die Möglichkeit, Vertrauensleute(arbeit) zu stärken und sie in die Betriebsratsarbeit einzubeziehen:

In § 80 Abs. 2 Satz 3 BetrVG heißt es:

„...Soweit es zur ordnungsgemäßen Erfüllung der Aufgaben des Betriebsrates erforderlich ist, hat der Arbeitgeber ihm sachkundige Arbeitnehmer als Auskunftspersonen zur Verfügung zu stellen; er hat hierbei die Vorschläge des Betriebsrats zu berücksichtigen, soweit betriebliche Notwendigkeiten nicht entgegenstehen.“

Mit dieser betriebsverfassungsrechtlichen Norm soll der Betriebsrat die Möglichkeit erhalten, den internen Sachverstand zu nutzen und ihn bei der Umsetzung von Problemlösungen einzubeziehen.

Die Einbeziehung kann im Rahmen von Einzelfalllösungen erfolgen oder auch durch Bildung von Arbeitskreisen, um zu wichtigen komplexen Themen wie Beschäftigungssicherung, Gesundheitsschutz im Betrieb, Qualifizierung und Fortbildung usw. Vorschläge zu erarbeiten.

Damit können auch gewerkschaftliche Vertrauensleute als betriebliche Auskunftspersonen eingebunden werden.

Diese Auskunftspersonen fallen unter den Schutz des § 78 BetrVG.

Im § 78 BetrVG heißt es:

„...dass Auskunftspersonen nach § 80 Absatz 2 Satz 3 BetrVG vor Nachteilen geschützt sind, in der Ausübung ihrer Tätigkeit nicht gestört und behindert werden. Sie dürfen wegen ihrer Tätigkeit nicht benachteiligt werden, dies gilt auch für ihre berufliche Entwicklung.“

Der Betriebsrat benötigt zur Hinzuziehung von Auskunftspersonen nach § 80 (2) Satz 3 keine nähere Vereinbarung mit dem Arbeitgeber.

Benötigt der Betriebsrat zur Lösung von Problemen die Hinzuziehung von Auskunftspersonen, so sollte er die Erforderlichkeit in der Betriebsratssitzung beschließen, unter Nennung der Personen. Der Arbeitgeber kann die Vorschläge der Personen nur zurückweisen, wenn betriebliche Notwendigkeiten entgegenstehen. Hier sind strenge Anforderungen zu stellen.

Soweit keine betrieblichen Notwendigkeiten entgegenstehen, hat die Beratung mit dem Betriebsrat während der Arbeitszeit stattzufinden. Die Auskunftspersonen sind hierfür von ihren sonstigen Tätigkeiten freizustellen und entsprechend zu entlasten.

Den Anspruch auf Hinzuziehung von Auskunftspersonen kann der Betriebsrat auch gerichtlich durchsetzen; ggf. auch im einstweiligen Verfügungsverfahren (vgl. hierzu LAG Hamm, Beschluss vom 2. 10. 2001 – 13 TaBV 106/01 – AiB 2002,114).

Warum sollte der § 80 Abs. 2, Satz 3 BetrVG genutzt werden?

Eine praxisorientierte Mitarbeiterbeteiligung, also die Einbeziehung von Beschäftigten/Vertrauensleuten als Auskunftspersonen bedeutet:

- die Zusammenarbeit zwischen Betriebsrat, Vertrauensleuten und Beschäftigten wird verbessert
- Vertrauensleute und Beschäftigte werden stärker in die Betriebsratsarbeit eingebunden
- Vertrauensleute und Beschäftigte frühzeitig an der Beratung und Lösung von Problemen zu beteiligen führt zu effektiveren Problemlösungen
- Vertrauensleute aufzuwerten, weil sie zu kompetenten Ansprechpartnern für die Beschäftigten werden
- Kompetente Vertrauensleute und gut informierte Beschäftigte stärken dem Betriebsrat den Rücken und bilden aus gewerkschaftspolitischer Sicht eine starke Belegschaftsunterstützung
- der ver.di-Betriebspolitik wird mehr Akzeptanz verschafft; wir können deutlich machen, dass die ver.di-Betriebsräte und Vertrauensleute gemeinsam für und mit den Beschäftigten für die Sicherung von Arbeitsplätzen, bessere Arbeitsbedingungen usw. eintreten.

ARBEITSSTRUKTUREN UND ARBEITSPLANUNG FÜR VERTRAUENSLEUTE

Planung und Organisation von Vertrauensleutearbeit sind kein Selbstzweck. Sie sind nötig für eine zielgerichtete, effektive und befriedigende Arbeit sowie Voraussetzung für die Durchsetzungskraft einer betrieblichen Gewerkschaftsgruppe.

Kernaufgaben für Vertrauensleute ergeben sich aus dem Auftrag, für Mitglieder und Noch-nicht-Mitglieder kompetente Ansprechpartner/innen zu sein (siehe Kapitel 4 „Aufgaben der Vertrauensleute“). ver.di will und muss die VL-Arbeit fördern. Erst mit Vertrauensleuten und zufriedenen Mitgliedern gewinnt eine Gewerkschaft Gewicht und Profil. Deshalb ist es für ver.di ein wichtiges Ziel, VL-Strukturen dort aufzubauen, wo sie noch nicht bestehen.

Wir zeigen mit praktischen Beispielen, wie Arbeitsstrukturen geschaffen und konkrete Arbeitsplanungen gemacht werden.

Beim Aufbau transparenter Arbeitsstrukturen kommt es darauf an:

- den Betrieb/die Dienststelle in Wirkungsbereiche für die konkrete VL-Arbeit einteilen;
- relevante betriebliche Informationen systematisch zu sammeln und auszuwerten: z.B. über die Mitglieder- und Beschäftigtenstrukturen des Betriebes und der einzelnen Wirkungsbereiche;
- Stärken und Schwächen der bisherigen gewerkschaftlichen Arbeit und das Ansehen von ver.di im Betrieb und bei einzelnen Beschäftigtengruppen zu kennen;
- eine Organisations-/Betriebsübersicht zu erarbeiten, um betriebliche und gewerkschaftliche Informationen zusammenzuführen;
- aufgabenorientiert und mit Spaß zu arbeiten und sich dabei auf wichtige Schwerpunktaktivitäten und erreichbare Ziele zu konzentrieren;
- die Aktivitäten und Arbeitsschritte zu planen und zu koordinieren, die Ressourcen zu bündeln und Erfolge zu erzielen.

Die Ressourcen sinnvoll einsetzen heißt, Raum für Kreativität und Gestaltung finden und nutzen! Arbeitsstrukturen sollen den eigenen Möglichkeiten und betrieblichen Erfordernissen angepasst und so flexibel sein, dass sie die Potenziale aller VL nutzen. Strukturen sind notwendig, um mit den vorhandenen Ressourcen erfolgreich arbeiten zu können – aber sie dürfen kein „Korsett“ sein und den Blick nicht für neue Ideen, Spaß und kreatives Wirken verstellen.

5.1 WARUM SIND WIRKUNGSBEREICHE FÜR VERTRAUENSLEUTE WICHTIG?

Eine wichtige Aufgabe der Vertrauensleuteversammlung liegt darin, die Wirkungsbereiche festzulegen.

Arbeitsbereiche müssen überschaubar sein und die Betreuung jedes einzelnen Mitglieds gewährleisten. Je nach Situation vor Ort wird die Einteilung in Wirkungsbereiche vor oder nach den Wahlen vorgenommen (siehe Kapitel 3 „Wir wählen unsere Vertrauensleute“).

Ein Wirkungsbereich hat eine optimale Größe, wenn VL die ver.di-Mitglieder und die übrigen Beschäftigten persönlich erreichen.

Der direkte Kontakt am Arbeitsplatz und die persönliche Kommunikation bestimmen die Qualität der gewerkschaftlichen Basisarbeit im Betrieb. Gespräche und vertrauensvolle Beziehungen machen VL-Arbeit „erlebbar“ und zum Vorbild für ein solidarisches Arbeitsklima.

Wirkungsbereiche sind wichtig

Die Größe eines Wirkungsbereiches lässt sich nicht pauschal festlegen. Ebenso wenig gibt es Quoten, um die Zahl der Vertrauensleute in einem Betrieb oder einer Dienststelle zu ermitteln. Aber es gibt Orientierungspunkte für eine wirksame Einteilung.

Für die Einteilung der Wirkungsbereiche ist wichtig, ...

- dass der persönliche Kontakt möglich ist;
- dass die Organisation des Betriebes/der Dienststelle, die bestehenden Abteilungs- oder Arbeitsgruppeneinteilungen oder auch die räumlichen Aufteilungen berücksichtigt werden;
- dass der Organisationsgrad berücksichtigt wird, denn es sollen ja auch Noch-nicht-Mitglieder angesprochen werden.

Wenn die Zahl der Mitglieder und der Vertrauensleute es erlaubt, empfiehlt es sich, gerade auch dort Wirkungsbereiche zu bilden, wo der Organisationsgrad gering ist. Dort sind Überzeugungsgespräche und gewerkschaftliche Informationen besonders notwendig – und oft schwierig.

Was ist bei Wirkungsbereichen zu beachten?

- Welche Möglichkeiten für Gespräche sind gegeben – ist der persönliche Kontakt gewährleistet?
- Welche Möglichkeiten der Materialverteilung können genutzt werden bzw. was muss aufgebaut werden?
- Wie hoch ist die Zahl der Mitglieder und Beschäftigten? Organisationsgrad?
- Wie sind die arbeitsorganisatorischen Strukturen?
- Wie ist die Berufsgruppenstruktur?
- Welche Arbeitszeitregelungen gibt es (z.B. Schichtarbeit)?
- Was ist bei den räumlichen Betriebs- und Gebäudestrukturen zu berücksichtigen?
- Gibt es Möglichkeiten der Einbeziehung in Informationsnetze? Welche?

Leitfragen

Was sollte ich über meinen Wirkungsbereich wissen?

Je mehr ich über die Mitglieder- und Beschäftigtenstrukturen in meinem Wirkungsbereich weiß, desto einfacher fällt mir beispielsweise die Informationsverteilung. Wenn ich die relevanten Informationen aus meinem Wirkungsbereich schnell verfügbar habe, erleichtert das meine Arbeit.

Das Zusammentragen der Informationen ist zunächst aufwändig, lohnt sich jedoch. So ist es sinnvoll, eine Liste mit den Namen der Mitglieder zu erstellen. Darauf lässt sich abhaken, wer bereits Informationsmaterial erhalten hat und die Liste dient für kurze Gesprächsnotizen.

Jede/r Vertrauensfrau/mann sollte den eigenen Wirkungsbereich unter die Lupe nehmen. Diese „Einzelanalysen“ können dann später in einer Gesamtübersicht zusammengefasst werden. Der Austausch untereinander ist leichter, wenn alle wichtigen Informationen aus dem Betrieb und den Wirkungsbereichen übersichtlich und schnell verfügbar sind, um beispielsweise Aktionen vorzubereiten.

Tipp: Infosammlung in Jahresklausur oder VL-Seminar vornehmen!

Die folgenden Beispiele sind Anregungen für die Informationserhebung. Wichtig: Informationen müssen ohne großen Aufwand aktuell gehalten werden, nur dann sind sie nutzbar.

5.2 ANREGUNGEN FÜR EINE SYSTEMATISCHE INFORMATIONSSAMMLUNG

Die Anregungen sind für eine systematische Informations- und Datensammlung für die einzelnen Wirkungsbereiche und den gesamten Betrieb gedacht.

Mit einer **„Mitgliederliste im Wirkungsbereich“** haben VL einen schnellen Überblick und können z.B. vermerken, was sie mit den einzelnen Mitgliedern besprochen haben.

Aus der Übersicht **„Verteilung der VL auf die Wirkungsbereiche“** (für VL sowie VL-Leitungen) ist zu erkennen, wer für welchen Wirkungs- und Verantwortungsbereich zuständig und wie zu erreichen ist. Auch ist festgehalten, in welchen Gremien die einzelnen VL tätig sind. Das ist hilfreich bei der Koordination von Aktivitäten.

Die Übersicht **„Mitglieder der gesetzlichen Interessenvertretung“** enthält alle Informationen zur Funktion, den Aufgabenbereichen und der Erreichbarkeit. Dies erleichtert die Kommunikation zu den Gremien und Funktionsträgern.

In der **„Übersicht über die Beschäftigten- und Mitgliederstruktur im Betrieb“** werden Anzahl und Art der Beschäftigten sowie die Organisationsgrade der unterschiedlichen Beschäftigtengruppen festgehalten.

Der Organisationsgrad ist ein Maßstab für die gewerkschaftliche Kraft. Der Vergleich von Organisationsgraden von Beschäftigtengruppen oder Abteilungen verdeutlicht, wie die ver.di verankert ist. Das ist für die Planung von Schwerpunktaktivitäten nützlich.

Mit der **„Einschätzung der gewerkschaftlichen Arbeit“** können Erfolge und Schwachstellen bisheriger Gewerkschaftsarbeit festgehalten werden. Motivierend ist auch, sich die kleinen Erfolge vor Augen zu führen. Bei den Schwachstellen sollte gleich überlegt werden, wie wir es zukünftig besser machen können, und es sollten Prioritäten gesetzt werden.

Welche Hilfen gibt es, um die Informationen zusammenzutragen?

- Wahlunterlagen für BR/PR, MAV, JAV, SchwBV
- Organisationspläne
- Geschäftsverteilungspläne
- Stellenpläne des Betriebs/der Dienststelle
- ver.di-Computerlisten

Mitgliederliste im Wirkungsbereich

Wirkungsbereich:

Schicht:

Stand (Datum):

Name	Telefon / E-Mail	Zimmer Arbeitsstelle	Erledigungspunkte (Material verteilt, Terminabsprache, ...)

Verteilung der VL auf die Wirkungsbereiche (für Vertrauensleute)

Name	Wirkungs- und Verantwortungsbereich	Arbeitsplatz / Telefon	E-Mail	In welchen Gremien? Welche Funktionen?

Verteilung der VL auf die Wirkungsbereiche (für VL-Leitungen)

Name	Wirkungs- und Verantwortungsbereich	Arbeitsplatz / Telefon	E-Mail	Evtl. Gremien Funktionen?

Mitglieder der gesetzlichen Interessenvertretungen

Gremium (BR, JAV,...)	Name	Spezieller Aufgaben- bereich zuständig für...	Organisiert in	Arbeitsplatz / Telefon / E-Mail

Übersicht über die Beschäftigten- und Mitgliederstruktur im Betrieb

Beschäftigten- gruppe	Zahl der Beschäftigten		Zahl der ver.di-Mitglieder		Organisationsgrad in %		Auffälligkeiten und Einschätzung für z.B. Werbeaktivitäten
	gesamt	davon weibl.	gesamt	davon weibl.	gesamt	davon weibl.	
Arbeiter/innen							
Angestellte							
Beamte Beamtinnen							
Beschäftigte unter 30							
Beschäftigte von 30–50							
Beschäftigte über 50							
Teilzeitbeschäftigte							
Auszubildende							
Beschäftigte in Erziehungsurlaub, Mutterschutz, Sabbatical etc.							

Wie schätzen wir das Ansehen von ver.di ein?

Leitfragen

Welche Erfolge haben wir aufgrund unserer gewerkschaftlichen Arbeit erreicht?
(Auf einen Zeitraum beziehen: z. B. auf ein Jahr, nach bestimmten Schwerpunktaktivitäten, Halbzeit der Wahlperiode, ...)

Unsere Erfolge

Wo hakt's? und
Wie können wir es besser machen?
(Probleme der Beschäftigten? Interne Arbeitsprobleme wie Materialverteilung?)

Wo hakt's?

Wie können wir es besser machen?

Wo gibt es drängenden Handlungsbedarf und Gestaltungsfelder?

Was ist drängend?

Unser Gestaltungsfeld

Hier ist ein Beispiel:

Wie schätzen wir das Ansehen von ver.di ein?

■ Was fällt auf?

Hier können die Informationen zur Beschäftigten- und Mitgliederstruktur eine Hilfe sein. Was war im letzten Jahr auffällig? Ist eine bestimmte Tendenz in der Mitgliederbewegung festzustellen?

Zusammentragen der Erfolge, Probleme sowie drängender Handlungsbedarf

■ Erfolge

Insgesamt 8 ver.di-Eintritte bei den Angestellten im letzten Monat aus den Wirkungsbereichen X, Y.
Positive Rückmeldungen zum Öffentlichkeitsbild von ver.di, besonders zum Thema X ...

■ Interne Probleme

In folgenden Wirkungsbereichen gibt es kein „Buntes Brett“. Das heißt: Wir sind als ver.di-Gruppe nicht präsent.

■ Was können wir besser machen?

Wir richten „Bunte Bretter“ ein und überlegen uns, welche Themen die Beschäftigten ansprechen. Es soll eine Projektgruppe hierfür eingerichtet werden.

■ Gestaltungsfeld

Zusammen mit den ver.di-BR-Mitgliedern eine Betriebszeitung aufbauen. (Bedarf ist bei den Kolleg/innen deutlich zu erkennen)

■ Drängender Handlungsbedarf

- Privatisierung der Kantine
- Aktionen zur Flexibilisierung der Ladenöffnungszeiten ...

5.3 WIE KOMMEN WIR ZU EINER ORGANISATIONS- UND BETRIEBSÜBERSICHT?

Eine Organisations- und Betriebsübersicht hilft mit ihren gebündelten Informationen, zukünftige Gestaltungsfelder und wichtige Aufgaben herauszufinden. Ebenso erleichtern schnell verfügbare Informationen das „Alltagsgeschäft“.

In der Organisations- und Betriebsübersicht fließen die Informationen aus den Wirkungsbereichen zusammen.

Allgemeine Leitfragen zur Vorbereitung einer Organisations- und Betriebsübersicht:

- Welche Beschäftigten- und Mitgliederstrukturen gibt es im Betrieb und in den einzelnen Wirkungsbereichen?
- Wie sind die Funktionsstrukturen im Betrieb?
- Wie schätzen wir das Ansehen der ver.di ein?
(Auswertung der Organisationsgrade und Auffälligkeiten)
- Welche Einschätzungen gibt es zu der gewerkschaftlichen Arbeit, den Erfolgen, Problempunkten und zukünftigen Gestaltungsfeldern?

Unsere Erfolge: Was lief gut?
Wo hakt's: Wo waren die Schwachstellen?
Wie wünschen wir uns die VL-Arbeit?
Was können wir besser machen?
Wo gibt es drängenden Handlungsbedarf und Gestaltungsfelder?

**Auch Phantasie ist gefragt.
Denn VL-Arbeit ist nur gut, wenn sie die Menschen erreicht und überzeugt.**

Das Zusammentragen von Informationen aus den Betriebs- und Wirkungsbereichen sowie den zuständigen Funktionsträgern ergibt den gewerkschaftlichen Betriebsplan (geeignet für große Betriebe).

Übersicht über Betriebs- und Wirkungsbereiche sowie zuständige Funktionsträger
Gewerkschaftlicher Betriebsplan

Abteilung/ Betriebsbereich	Schicht	Zahl der Mitglieder	Wirkungsbereich	Vertrauensleute Namen	Telefon E-Mail	Evtl. spezielle Aufgaben	Namen: BR / PR / JAV, ...	spezielle Zuständigkeiten/ Funktion

Übersicht über Betriebs- und Wirkungsbereiche sowie zuständige Funktionsträger Gewerkschaftlicher Betriebsplan

Abteilung/ Betriebs- bereich	Schicht	Zahl der Mitglieder	Wirkungs- bereich	Vertrauensleute Namen	Telefon E-Mail	Evtl. spezielle Aufgaben	Namen: BR / PR / JAV, ...	spezielle Zuständigkeiten/ Funktion

Auf dieser Basis systematischer Informationssammlung können wichtige Themenfelder erkannt und diskutiert werden, z.B.:

- die Mitgliederentwicklung und die Möglichkeiten, Mitglieder zu gewinnen
- die Verbesserung des ver.di-Profiles im Betrieb
- die Verbesserung der Zusammenarbeit mit dem BR/PR und die Stärkung der Betriebsgruppe
- aktuelle, wichtige und drängende (bisher vernachlässigte) Themen im Betrieb, bei denen ein Diskussions- oder Veränderungsbedarf bei den Beschäftigten besteht
- die Verbesserung der internen und externen Kommunikation

Tipp:
In einem Workshop oder Kerngruppenseminar Betriebsübersicht in Absprache mit dem ver.di-Bezirk erarbeiten.

Die folgende Checkliste enthält Fragen zu den Kernpunkten systematischer VL-Arbeit, wie sie auch in den Anregungen zur Informationssammlung angesprochen wurden. Es gilt, das Thema herauszufinden, von dem eine positive Wirkung der ver.di-Vertrauensleutearbeit auf den Betrieb ausgehen wird (strategische Bedeutung).

Werden die Kräfte auf die strategisch wichtigen Themen konzentriert, sind eher Erfolge zu erreichen, als wenn man sich zu viel auf einmal vornimmt, sich dann vielleicht verzettelt, seine Kräfte verschleißt und mutlos wird.

Schwerpunktt Themen für die VL-Arbeit – Checkliste

Beschäftigtenentwicklung

- Wie verteilen sich die Berufsgruppen in den einzelnen Betriebsbereichen?
- Welche Entwicklungen/Veränderungen gab es in den letzten Jahren?
- Was erwarten wir für das nächste Jahr?

Mitgliederentwicklung

- Wie verteilen sich die Mitglieder? (in den Betriebsbereichen, auf die Berufsgruppen)
- Welche Auffälligkeiten gibt es bei den Mitgliederstrukturen? (z.B. unterschiedliche Organisationsgrade)
- Was sollte (muss) sich verändern? (z.B. Betreuungsschwachpunkte)
- Wie können wir unsere Stärken nutzen?

ver.di-Profil

- Wodurch und wie wird ver.di im Betrieb „erlebt“?
- Was findet Zustimmung – wo gibt es eher Vorbehalte?
- Wo sehen wir die Stärken und wo die Schwächen?
- Wie können wir das ver.di-Profil sichtbar machen und stärken?
- Was wünschen wir uns und was können wir besser machen? Ideen?

Interessenvertretungsstrukturen

- Wie ist der Betriebs- oder Personalrat zusammengesetzt?
- Wie ist unsere Betriebsgruppe zusammengesetzt?
- Welche gemeinsamen gewerkschaftlichen Aktivitäten gibt es?
- Wo sehen wir die Stärken und wo die Schwächen?
- Was wünschen wir uns und was können wir besser machen? Ideen?

Auch unsere persönlichen Stärken, Neigungen und unsere Motivation geben uns wichtige Orientierung für ein erfolgreiches und befriedigendes Arbeiten.

Nicht gleichzeitig alle Themen bearbeiten, sondern herausfinden, was Vorrang hat („Hauptknackpunkt“)

Ereignisse und Themen

- Was steht aktuell an?
- Was ist für die Kollegen und Kolleginnen drängend?
- Zu welchen Themen gibt es dringenden Informations- und Diskussionsbedarf?
- Wo sehen wir die Stärken und Schwächen unseres gewerkschaftlichen Handelns bei diesen Themen?
- Was wünschen wir uns und was können wir besser machen? Ideen?

Kommunikation und Informationsfluss

- Wie kommunizieren wir miteinander (VL, Mitglieder, Beschäftigte)
- Welche Medien nutzen wir?
- Wo sehen wir die Stärken und wo die Schwächen?
- Was wünschen wir uns und was können wir besser machen? Ideen?

Zu ergänzen: Was ist noch wichtig?

5.4 WIE ERARBEITEN WIR UNS EINE KONKRETE (JAHRES)PLANUNG?

Für ein effektives Arbeiten ist eine größere Sitzung pro Jahr sinnvoll. Dort wird die konkrete VL-Arbeit für das nächste Jahr besprochen und geplant. Insbesondere in der Phase des Aufbaus ist eine sorgfältige und transparente Planung notwendig.

Leit- und Arbeitsfragen zur jährlichen Planungssitzung

- Unsere Strategie: Welche Schwerpunktthemen wollen wir in diesem Jahr angehen?
- Welche Ziele wollen wir erreichen?
- Wie teilen wir unsere Arbeit auf, um unsere Ziele zu erreichen?
- Wie nutzen wir unsere persönlichen Stärken?
- Wie soll unsere Öffentlichkeitsarbeit aussehen?
- Wie wollen wir die Zusammenarbeit mit dem PR/BR und mit dem Bezirk oder Bezirksfachbereich gestalten?
- Wie soll die Bildung für uns und andere Zielgruppen aussehen?
- Wie wollen wir die Verantwortlichkeiten aufteilen?

Ein wichtiger Punkt der jährlichen Planungssitzung ist auch die Zusammenarbeit

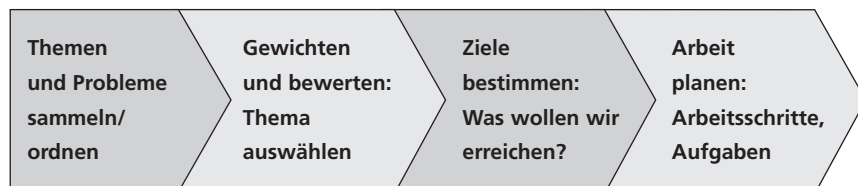
- zwischen den Vertrauensleuten/ Vertrauensleuteleitungen,
- dem ver.di-Bezirk oder Bezirksfachbereich,
- dem Betriebs- oder Personalrat.



Schwerpunktthema planen

Wir stellen die Planung mit konkreten Beispielen vor:

1. Themen und Probleme sammeln und ordnen: Was liegt an?
2. Gewichten und bewerten: Was hat Priorität? Wie sieht es mit unseren Ressourcen aus? Welches ist das geeignete Schwerpunktthema/Aufgabenfeld?
3. Ziel bestimmen: Was wollen und können wir erreichen?
4. Arbeit planen: Was ist zu tun, um unser Ziel zu erreichen? Welche Arbeitsschritte sind nötig und wie verteilen wir die Aufgaben?



Wie die einzelnen Schritte zum Arbeitsplan ablaufen können, stellen wir an einem Beispiel dar (Grundlage des Beispiels sind Ergebnisse von VL-Qualifizierungen und der Qualifizierung für die Betriebs- und Fachgruppenarbeit).

Themen und Probleme sammeln/ordnen

Was liegt an? Es wurde gesammelt, welche Probleme die Beschäftigten immer wieder ansprechen und welche Themen für die VL wichtig sind.

Welche drängenden Themen und Probleme haben die Kolleg/innen?

Problem: Personalabbau	Problem: Privatisierung/ Rationalisierung	Problem: Arbeitsbelastung	<i>Themen und Probleme sammeln/ordnen</i>
<ul style="list-style-type: none"> ■ Betriebsbedingte Kündigungen ■ Altersteilzeit Vorruhestand ■ Einsatz von Fremdfirmen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Teilausgliederungen ■ Sozialverträgliche Änderungen ■ Standorterhaltung 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mehrbelastung durch Stellenabbau ■ Überlastung durch <ul style="list-style-type: none"> – neue Arbeitsabläufe – zusätzliche Arbeiten – Überstunden 	

Die von den Beschäftigten genannten Problembereiche hängen miteinander zusammen; sie sind Auswirkungen der Umstrukturierung mit dem Ziel der Privatisierung und Personalreduzierung. Für die Vertrauensleute stellt sich die Frage, wo

sie ihre Kräfte konzentrieren wollen. Wichtig ist ihnen auch, die für sie bedeutsamen Themen zu sammeln und tabuisierte Themen herauszufinden.

Als VL-internes Thema werden Wünsche an die VL-Sitzungen genannt.
Die betrieblichen Themen/Probleme sind die Sicherung der Arbeitsplätze und der Abbau von Leistungsverdichtung.

Welche Themen sind für uns VL wichtig?

Arbeitsplatzsicherung	VL-Sitzungen verbessern	Öffentlichkeitsarbeit ausbauen
<ul style="list-style-type: none"> ■ Abbau von Leistungsverdichtung ■ Übernahme der Azubis 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ergebnisorientiert diskutieren ■ mehr Verbindlichkeit 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aktivierung passiver Mitglieder ■ Ver.di-Profil sichtbar machen ■ Bevölkerung über branchenspezifische Probleme informieren

**Gewichten und bewerten:
Thema auswählen**

Welche Themen sind tabu, aber stark präsent?

- Sucht am Arbeitsplatz
- Vergütung Einzelner
- Persönliche Überforderung
- Verhalten von Vorgesetzten

Wie entscheiden wir uns für ein Erfolg versprechendes Schwerpunktthema/ Aufgabenfeld?

Gewichten und bewerten: Thema auswählen

Geeignetes Thema auswählen:
Was hat Priorität?
Wie sieht es mit unseren Ressourcen aus?

Mit den Leitfragen können wir einschätzen, welche Themen Priorität haben und geeignet sind, Erfolge zu erzielen.

Bewertung: Welches ist ein geeignetes Schwerpunktthema?

- Ist das Thema/Problem offen?
Das heißt: Wir können unsere eigenen Gestaltungsideen einbringen.
- Ist das Problem überschaubar und kann ein erreichbares Ziel formuliert werden?
Das heißt: Wir können mit unseren Ressourcen und konkreter Unterstützung – z.B. des Fachbereichs – Erfolge erzielen.
- Gibt es viele Kollegen/innen, die an einer Lösung dieses Problems interessiert sind?
Das heißt: Wenn wir zur Lösung des Problems beitragen, hat das eine positive Wirkung auf unser Ansehen/unsere Kompetenzen und für die ver.di.
- Ist für die Betroffenen (z.B. eine Beschäftigtengruppe) die Bearbeitung und Lösung des Problems sehr drängend?
Das heißt: Es besteht ein großes Interesse daran, sich zu beteiligen.
- Ist das Thema für die Vertrauensleute strategisch wichtig?
Das heißt: Die Bearbeitung des Themas hat positive Auswirkungen auf die Gewerkschaftsarbeit im Betrieb und unser Profil.

In unserem Beispiel hängen die einzelnen Problembereiche zusammen. Zum „Personalabbau“ und zur „Privatisierung/Rationalisierung“ laufen die Verhandlungen der gesetzlichen Interessenvertretung mit dem Arbeitgeber. Der Problembereich der konkreten Belastung und Überlastung am Arbeitsplatz ging bisher unter.

Darauf treffen in unserem Beispiel die meisten Leitfragen zu: Viele Kollegen/innen sind an dem Abbau der Überlastung interessiert. Damit hat das Thema eine hohe strategische Bedeutung für das Profil der Vertrauensleute und der ver.di.

Vorschläge für den Abbau von Belastungen können nur gemacht werden, wenn Art und Umfang der Belastungen bekannt sind. Die Betroffenen sind die Sachverständigen, die wissen wo die arbeitsorganisatorischen Schwachpunkte und Verbesserungsmöglichkeiten liegen.

Ist bisher der Sachverstand der Betroffenen genügend berücksichtigt worden? Wie sieht es mit den Beteiligungsmöglichkeiten aus? Oder mit der Unterstützung von Vorgesetzten? Denn Führungsverhalten wurde ja neben der persönlichen Überforderung als Problem angesehen.

Im nächsten Schritt werden drängende Problembereiche und die Hauptaufgaben aufgelistet.

Es haben sich vier Schwerpunktthemen herauskristallisiert, denen die wichtigsten Aufgaben zugeordnet wurden. So ist für alle Vertrauensleute sichtbar, was zu tun ist.

Themen	Bewertung/ Gewichtung	(Kern)Aufgaben
Personalabbau Privatisierung/ Rationalisierung	drängend, erfordert kontinuierliche Begleitung drängend, erfordert kontinuierliche Begleitung	Kontinuierliche Informationsweitergabe und Diskussion im Betrieb gewährleisten; Zusammenspiel mit der gesetzlichen Interessenvertretung organisieren; ggf. druckvolle Aktionen durchführen
Arbeitsbelastung und Überforderung am Arbeitsplatz, Abbau von unangemessener Leistungsverdichtung	drängend, wurde bisher nicht systematisch angegangen, hat Priorität als Aufgaben- und Gestaltungsfeld	Präsent sein vor Ort und Informationsgewinnung: Wie sehen die konkreten Belastungen am Arbeitsplatz aus? Welche Veränderungsvorschläge gibt es?
Übernahme der Azubis	drängend	Zusammenarbeit mit JAV, Jugendarbeit fördern, gezielte Öffentlichkeitsarbeit

Ziele bestimmen: Was wollen wir?

Im nächsten Schritt werden konkrete (Arbeits-)ziele gesetzt.

Ziele bestimmen: Was wollen wir?

Ziele sollten so formuliert sein, dass sie handlungsleitend sind. Wenn wir unser Ziel kennen und wissen, wie wir es erreichen können, ist es auch leichter durchzuhalten, wenn es nicht so glatt läuft wie erhofft.

Hilfreich und sinnvoll ist zudem, sich Zwischenziele zu setzen. Sie dienen der Kontrolle, und das Erreichen von Etappenzielen fördert unsere Motivation.

Bei Planungen wird oft der Fehler gemacht, Ziele sehr allgemein zu formulieren – d.h. sie sind dann kaum zu realisieren. Solche Ziele motivieren nicht, sondern lähmen die Handlungsbereitschaft.

Ziele müssen deshalb konkret gefasst und tatsächlich erreichbar sein. Die Leitfragen helfen bei der Formulierung von Zielen.

Leitfragen

Wie komme ich zu einer guten Zielformulierung?

Ein Ziel soll...

■ positiv formuliert sein.

Was wollen wir (will ich) nach Abschluss der Arbeit erreicht haben?

■ konkret formuliert sein.

Was genau soll nach Abschluss unserer (meiner) Arbeit anders sein als vorher?

■ nach Erledigung möglichst objektiv überprüfbar sein.

Wie können wir (kann ich) die Zielerreichung und damit unseren (meinen) Erfolg überprüfen?

■ durch eigenes Handeln erreichbar sein.

Liegt das Ziel innerhalb unseres (meines) Kompetenz- und Entscheidungsbereichs?

■ den Zeitrahmen erkennen lassen.

Bis wann soll das Ergebnis vorliegen?

■ tatsächlich erreichbar sein.

Können wir (kann ich) das Ziel mit den vorhandenen Möglichkeiten, Ressourcen erreichen?

■ das Ergebnis nicht vorwegnehmen.

Ist das Ziel so formuliert, dass verschiedene Wege zu seiner Erreichung denkbar sind?

Unser Beispiel:

Erhöhte Arbeitsbelastung, Überforderung und Leistungsverdichtung – die Zielformulierung

Was wollen wir erreichen?

Wir wollen die Hauptbelastungen am Arbeitsplatz kennen, zusammentragen und Verbesserungsmöglichkeiten mit den Betroffenen diskutieren.

Was soll anders sein als vorher?

Wir haben eine fundierte Wissens- und Argumentationsbasis für Veränderungen am Arbeitsplatz, die zu einer Verringerung der Belastung führen.

Wie können wir unsere Zielerreichung und unseren Erfolg überprüfen?

Wir präsentieren unser Arbeitsergebnis so, dass die Kollegen/innen über Verbesserungsmöglichkeiten diskutieren und die Entscheidungsträger Maßnahmen einleiten.

Liegt das Ziel innerhalb unseres Kompetenz- und Entscheidungsbereichs?

Ja, denn wir können in unseren Wirkungsbereichen mit den Kollegen/innen sprechen und die Belastungen zusammentragen.

Nein, denn wir können nicht über wichtige Veränderungsmaßnahmen entscheiden, aber wir können den Druck erhöhen, dass etwas geschieht.

Bis wann soll das Ergebnis vorliegen?

Anfang Juni zur Personalversammlung.

Können wir das Ziel mit den vorhandenen Möglichkeiten/Ressourcen erreichen?

Ja, und wir sollten uns unterstützen lassen, z.B. durch die Betriebsgruppe und den ver.di-Bezirk.

Ist das Ziel so formuliert, dass verschiedene Wege zu seiner Erreichung denkbar sind?

Ja, denn wir können uns die Arbeitsformen auswählen: wie wir die Informationen sammeln (z.B. durch einen kleinen Fragebogen oder in persönlichen Gesprächen ...).

Unser Arbeitsziel:

Wir wollen die Hauptbelastungen am Arbeitsplatz erfragen, zusammentragen und die Ergebnisse bei der Personalversammlung im Juni präsentieren und diskutieren.

Arbeitsschritte und Aufgaben festlegen:

- Was müssen wir tun, um unser Hauptziel zu erreichen?
- Welche Zwischenziele gibt es und wie sehen die konkreten Maßnahmen und Arbeitsschritte aus?

In unserem Beispiel einigten die VL sich, die Erarbeitung der Befragung an eine Projektgruppe zu delegieren. Vom Standpunkt der Ressourcen war klar, dass sich die Befragung auf die Abteilungen konzentriert, in denen die Missstände und Belastungen am höchsten sind. (Näheres zu Befragungsmethoden Abschnitt 6.5 „Beteiligung durch Befragung“)

Zugleich sollte das Thema der Arbeitsbelastungen im ganzen Betrieb von allen VL kommuniziert werden. Denn diejenigen Beschäftigten, die nicht an der konkreten Befragungsaktion teilnehmen, müssen in den Diskussions- und Meinungsbildungsprozess einbezogen werden – und das nicht erst, wenn die Befragungsergebnisse präsentiert werden.

Das ist ein wichtiges Teilziel, aus dem sich weitere Aufgaben und Handlungsschritte ergeben. Es wird ein Tätigkeitskatalog für die Befragung und ein Arbeits- und Aufgabenplan zur Öffentlichkeitsarbeit erstellt.

**Arbeit planen:
Arbeitsschritte,
Aufgaben**

Tätigkeitskatalog: Aufgaben- und Zeitplanung

Was haben wir vor?	Wie/mit welchen Mitteln?	Wer macht's?	Bis wann?	Anmerkungen
Kleine systematische Befragung zu Hauptbelastungen am Arbeitsplatz erarbeiten	Projektgruppe Sachverstand (ver.di und Betrieb) einbeziehen	3 VL 1 PR/VL 2 Aktive am Thema interessierte Mitglieder einbeziehen	bis 15. März Zeitrahmen 3 Monate	Öffentlichkeit herstellen durch alle VL
Form der Befragung und Zielgruppe klären	Qualifizierung mit ver.di-Bezirk absprechen			
PG stellt Ergebnis vor; Fragen werden getestet; Rückmeldung und Überarbeitung	„Vorversion“ Befragung wird an „Testgruppe“ verteilt Projektgruppe legt Testgruppe fest; Feedback	Projektgruppe Testgruppe	20. Febr.	VL-Sitzung 23. Febr.

Der abgebildete Arbeitsplan zur Ermittlung der Hauptbelastungen der Beschäftigten ist natürlich nicht vollständig, er dient zur Orientierung bei der Strukturierung und Festlegung von Aufgaben.

Auch für das wichtige Teilziel, einen Meinungsaustausch über die Arbeitsbelastungen anzuregen und die Befragungsaktion der Vertrauensleute bekannt zu machen, wurde ein Tätigkeitskatalog erstellt.

Was haben wir vor?	Wie/mit welchen Mitteln?	Wer macht's?	Bis wann?	Anmerkungen
Flugblatt mit Problemdarstellung und Ankündigung der Aktion gestalten	PC von Gabi Professionelle Layouthilfe von Stefan (Sohn von Horst)	Gabi Gerd Christel	30.01.	Es wird Feedback zum Flugblatt eingeholt
Beschäftigte in den Wirkungsbereichen auf das Thema ansprechen und Diskussionen anregen	Rundgänge, Gespräche am Arbeitsplatz und in den Pausen	Alle	ab sofort, kontinuierlich	
Wichtige Ergebnisse aus den Gesprächen und Diskussionen festhalten u. an PG weitergeben	„Ergebnisblatt“ erstellen und an alle verteilen	Anne Luise	Montag	Peter sammelt u. gibt an PG weiter

Die Checkliste „Arbeitsplanung: Themen- und Aufgabenstrukturierung“ fasst die hier besprochenen, einzelnen Arbeitsschritte zusammen. Sie ist ein allgemeiner Leitfaden für die Strukturierung.

Zusammenarbeit mit dem Bezirk oder mit Bezirksfachbereich planen

Wir haben wieder exemplarisch Aufgaben herausgegriffen. Wichtige Schritte sind:

- Aufgaben bestimmen und damit transparent machen,
- verbindliche Absprachen treffen, wie die Zusammenarbeit untereinander gestaltet werden soll.

Möglicherweise ist es dabei notwendig, Schwachstellen zu thematisieren und Lösungen dafür zu finden. Das betrifft die Zusammenarbeit mit dem ver.di-Bezirk und der gesetzlichen Interessenvertretung.

Kernaufgaben: Materialverteilung u. Informationsfluss sichern		Aufgaben und Absprachen
<ul style="list-style-type: none"> ■ Was muss erledigt werden? ■ Bedarfsgerechte Verteilung von neuem Info-Material 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wie/mit welchen Mitteln? <ul style="list-style-type: none"> – Es wird kontinuierlich die Liste der eingetroffenen Materialien gefaxt – Überprüfung des Bedarfs und Abholen der Materialien – Absprache zur internen Verteilung 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wer macht's <ul style="list-style-type: none"> – Verantwortlicher im Bezirk: Martin – VL-Verantwortliche: Karin
<p>Informationsweitergabe zur Mitgliederentwicklung</p>	<p>Alle VL informieren Peter über die Entwicklung in ihrem Bereich und v.a. über jeden Austritt. Peter gibt die Infos an Ute weiter.</p>	<p>Verantwortliche: Peter (VL) Ute (Bezirk)</p>

Arbeitsplanung: Themen- und Aufgabenstrukturierung – Checkliste

Welche Themen/ Probleme gibt es bei uns und wo setzen wir unsere Priorität?

- Sammeln der aktuellen Themen/Probleme im Betrieb
- Ordnen in Themen-/Problembereiche
- Gewichten und Einschränken der Probleme, die bearbeitet werden können
 - Was ist drängend?
 - Was hat strategische Bedeutung?
 - Wozu sind wir motiviert, was würde uns Spaß machen?

- Arbeitsziel zur Problemlösung genau, konkret und überprüfbar formulieren

Welche konkreten Ziele wollen wir erreichen?

- Wichtige Zwischenziele erfassen
- Realisierbarkeit der Ziele abchecken (Ressourcen)
- Aufgaben festlegen

Welche Aufgaben müssen erledigt werden; wie können wir sie zusammenfassen?

- Arbeitsaufgaben ordnen, z.B. kontinuierliche Informationsaufgaben für alle VL, spezielle Aufgaben und Verantwortlichkeiten
- Zusammengehörende Aufgaben ggf. zu Aufgabenschwerpunkten gruppieren
- Dauer und Arbeitsumfang der Aufgaben abschätzen
- Nach Wichtigkeit und Dringlichkeit bewerten

Was ist eine sinnvolle Aufgabenverteilung für uns?

- Anfallende Aufgaben nach Kompetenz und/oder Interesse vergeben
- Bildungsbedarf zur Erledigung spezieller Aufgaben festhalten
- Zuständigkeiten berücksichtigen (BR/PR, einzelne Vertrauensleute)
- Erledigungstermine und Ergebnismeldung der verteilten Aufgaben konkret festlegen

Zu ergänzen: Was ist noch wichtig?

Der Tätigkeitskatalog: Aufgaben- und Zeitplanung

Für die allgemeine Strukturierung empfiehlt sich folgendes Vorgehen:

- Was haben wir vor/Was ist zu tun?
 - Sammeln was erledigt werden muss.
- Wie wollen wir es angehen?
 - Mit welchen Mitteln wollen wir das tun, erreichen?
- Wer übernimmt die Aufgabe/ Wer macht's?
 - Zuständigkeiten festlegen.
- Bis wann ist es zu erledigen?
 - Zeitpunkte festlegen.
- Anmerkungen:
 - Was ist noch zu bedenken?

Die Vorgehensweise ist für die Arbeitsplanung mit dem BR/PR, innerhalb des Vertrauensleutekorpers oder für die spezielle Zusammenarbeit mit dem ver.di-Bezirk nützlich, beispielsweise für betriebliche Aktionen.

Was haben wir vor?	Wie/mit welchen Mitteln?	Wer macht's?	Bis wann?	Anmerkungen

6. OFFENE ARBEITSFORMEN ZU AKTUELLEN THEMEN



Vereinte
Dienstleistungs-
gewerkschaft

MITGLIEDER UND BETROFFENE BETEILIGEN

Offene Arbeitsformen eignen sich v.a. für Themen, die den Mitgliedern und Beschäftigten „unter den Nägeln brennen“. Offen heißt: Betroffene Kollegen/innen und engagierte Mitglieder erhalten das Angebot („auf Zeit“), z.B. in einer Projektgruppe mitzuarbeiten. Die Projektgruppe wird von einem Vertrauensmann oder einer Vertrauensfrau betreut.

Welche Vorteile bringen die offenen Arbeitsformen?

Vertrauensleutearbeit wird entlastet.

Nicht nur VL arbeiten am Thema, sondern die an dem Problem Interessierten werden mit ihren Ideen, Interessen und ihrem Sachverstand direkt einbezogen und können Lösungsvorschläge erarbeiten. Die Projektgruppe erarbeitet tragfähige Kompromisse.

Interessierte bekommen ein zeitlich befristetes Angebot, sich zu beteiligen.

Interessierte Mitglieder, die (noch) keine Vertrauensleutefunktion haben, beteiligen sich und gewinnen Erfahrungen in gewerkschaftlicher Arbeit. Das dient der Nachwuchsförderung. Noch-nicht-Mitglieder können gewerkschaftliche Arbeit „hautnah“ erleben, weil sie an Lösungen eigener Probleme mitgestalten können.

Das Teamlernen wird gefördert.

Offene Arbeitsformen bieten ein zeitlich und inhaltlich überschaubares Beteiligungsangebot. Noch nicht so erfahrene – und junge – Kollegen/innen haben die Chance, sich in ein Aufgabengebiet einzuarbeiten. Die Einbeziehung unterschiedlicher Kompetenzen, Erfahrungen und Interessen fördert die konstruktive Auseinandersetzung, die Kompromissfindung und solidarisches Handeln.

Einzelne Vertrauensleute können ihr Engagement auf ein Thema/Arbeitsfeld beschränken.

Nicht jeder muss alles können! Diejenigen VL, die ihre Fähigkeiten und Kraft auf ein Thema konzentrieren wollen, finden ihr „spezielles“ Arbeitsfeld in einer Projektgruppe.

Projektarbeit macht Spaß und fördert unkonventionelles Arbeiten.

6.1 METHODEN ZUR GESTALTUNG OFFENER ARBEITSFORMEN

Projektarbeit: Was ist das?

Projektarbeit ist die Arbeit an einem aktuellen Problem. Lösungsvorschläge durch Projektgruppen zu erarbeiten, bietet sich dann an, wenn das Problem „unter den Nägeln brennt“ und es kaum Ideen zu seiner Lösung gibt.

Projektarbeit ist die Form der offenen Gewerkschaftsarbeit.

Projektarbeit ist sinnvoll, wenn...

- neuartige (innovative) Vorschläge und neue Lösungen sowie
- solidarische Kompromisse für unterschiedliche Interessen gesucht werden;
- und das Wissen und die Erfahrungen der Betroffenen einfließen sollen.

Projekte arbeiten mit einer zeitlichen Begrenzung.

Projektarbeit ist ziel- und ergebnisorientiert.

Die Ergebnisse werden in einem offenen Prozess erarbeitet.

Das offene ergebnisorientierte Arbeiten muss geleitet (moderiert) werden.

Tip:
**Ziele für die
gemeinsame
Arbeit setzen!**

Themenbezogene Arbeitsgruppen oder Arbeitskreise

Arbeitskreise sind in ihrer Zielsetzung weniger darauf ausgerichtet, zu einem eingegrenzten Problem eine Lösung zu erarbeiten. Sie bearbeiten vielmehr umfassende Themenbereiche, wie beispielsweise Arbeitssicherheit.

Die Arbeitsergebnisse einer Gruppe sind besser und tragfähiger.

Das gemeinsame Lernen und Arbeiten motiviert und fördert das Verständnis für unterschiedliche Sichtweisen und solidarisches Handeln.

Workshops

Ein Workshop (oder eine Klausur) dient oft der Entscheidungsfindung und Absprache zukünftiger Arbeit. Workshops empfehlen sich vor allem:

- bei strategischen Fragen, beispielsweise zur Zusammenarbeit mit der gesetzlichen Interessenvertretung
- nach der Vertrauensleutewahl mit dem Ziel der Arbeitsplanung
- zur Erarbeitung einer betrieblichen Übersicht/eines Arbeits- und Organisationsplanes für die gewerkschaftliche Arbeit
- zur Erarbeitung konkreter Jahresplanungen
- zur Vorbereitung von Schwerpunktthemen, beispielsweise zur Mitgliederwerbung

Ein Workshop sollte mit einer externen Unterstützung vorbereitet und durchgeführt werden. Die Klärung des Ziels ist für den Erfolg wichtig.

Je nach thematischer Ausrichtung ist ein Workshop eher offen oder auf eine Gruppe bezogen. Wenn beispielsweise die Art der Zusammenarbeit mit der gesetzlichen Interessenvertretung thematisiert werden soll, sollten nur die Betroffenen teilnehmen. Beim Thema Mitgliederwerbung sollten engagierte Mitglieder vertreten sein.

6.2 WIE GEWINNEN UND INTEGRIEREN WIR AKTIVE VERTRAUENSLEUTE

Für eine lebendige Gewerkschaftsarbeit spielt es eine wichtige Rolle, interessierten Beschäftigten und Mitgliedern eine „echte“ und attraktive Beteiligungsmöglichkeit zu bieten. Die nachfolgenden Punkte sind Zusammenfassungen aus den Diskussionen von Vertrauensleuten unterschiedlicher Bereiche und Branchen.

Ob Kolleginnen und Kollegen tatsächlich für die Gewerkschaft zu gewinnen sind und sich in die laufende Vertrauensleutearbeit einbringen, hängt davon ab,

- mit welcher „Ausstrahlung“ die Vertrauensleute auftreten und erlebt werden.
(Eine positive Ausstrahlung wird gefördert, wenn ich mir über mein Selbstverständnis, meine Motivation und Ziele als Vertrauensmann/-frau klar bin; siehe Kapitel 4 und Kapitel 6). Wenn Worte und Taten übereinstimmen, sind Menschen glaubwürdig und überzeugend;
- wie sachlich informiert, offen, sozial und kommunikativ kompetent Vertrauensleute auftreten und erlebt werden. Vertrauensleute sind „Vorbild“ für eine offene und solidarische Arbeitskultur;
- inwieweit tatsächlich überschaubare und konkrete Beteiligungsmöglichkeiten angeboten werden;
- dass mit den Beteiligungsangeboten Erfolgserlebnisse möglich sind;
- dass VL verbindlich, ernsthaft und kontinuierlich als persönliche Ansprechpartner/innen für jeweils einzelne Interessierte da sind.

Welche Möglichkeiten gibt es für die Gestaltung einer wirksamen und „erlebaren“ Vertrauensleutearbeit, verbunden mit attraktiven Informations- und Beteiligungsangeboten? Die folgenden Leitlinien geben eine Antwort.

Leitlinien für eine aktivierende VL-Arbeit

Eine Bestandsaufnahme unserer bisherigen Gewerkschaftsarbeit zeigt die bisherigen Schwachpunkte und Stärken unserer Arbeit. Die positiven Potenziale werden deutlich.

Mit einer gezielten Analyse der Stärken und Schwächen können wir nur besser werden, weil wir dann erkennen, wie unsere Aktivitäten wahrgenommen werden.

Wir finden in unseren Besprechungen und Sitzungen die aktuellen Themen und vorherrschenden Stimmungen bei den Kollegen/innen am Arbeitsplatz heraus. Wenn wir uns darüber austauschen, was die Kollegen/innen tatsächlich bewegt, können wir unsere Vorhaben und aktive Beteiligungsangebote darauf abstimmen.

Wir fragen die Kollegen/innen gezielt nach ihrer Arbeitszufriedenheit, den Belastungen, Verbesserungsvorschlägen, nach Themenwünschen oder ihrem Bedarf nach Information. Die Antworten bringen wichtige Anregungen für unsere Schwerpunktaktivitäten und Arbeitsplanung.

Mit offenen Arbeitsformen (Projekt-, Teamarbeit, Arbeitskreisen, Informations- und Diskussionsveranstaltungen zu aktuellen Themen) gewinnen wir Neue und Interessierte für die Gewerkschaftsarbeit.

Wir setzen effiziente Arbeitstechniken für unsere Sitzungen ein, z.B. Moderations- und Visualisierungstechniken. Dadurch können wir strukturiert und ergebnisorientiert arbeiten.

Wir organisieren ein Fest mit einem attraktiven Kulturangebot, Spielen usw., weil das Spaß macht.

Wir organisieren Besichtigungen mit Diskussionen, z.B. von beruflich interessanten Modelleinrichtungen, von gewerkschaftlich erfolgreichen Modellprojekten, von Großbetrieben in der Region, von politisch interessanten Ausstellungen.

Wir richten den altbewährten Stammtisch ein, um sich zu treffen, locker zu unterhalten, dies und das zu erfahren, Karten zu spielen, Themen zu besprechen,...

Wir bieten gezielte Veranstaltungen an zu aktuellen brisanten politischen Themen: z.B. Globalisierung, Standort Deutschland, kommunale Haushaltspolitik, branchenspezifische Probleme, Sozialabbau. Selbstverständlich sind eine gute Vorbereitung, interessante und kompetente Inputs, moderierter Austausch und Diskussion an einem attraktiven Veranstaltungsort. Am Schluss gibt es gezielte Mitmachangebote zur Weiterarbeit an den Themen.

Wir gestalten einen offenen Workshop zu „Aufgaben und Selbstverständnis der Gewerkschaft ver.di“ mit der Möglichkeit, dass ver.di sich selbst kritisch und positiv darstellt und die Teilnehmenden ihre Meinungen, Fragen und Vorbehalte einbringen können. Abschließend gibt es gezielte Mitmachangebote.

Wir machen bestimmten Zielgruppen das Angebot, in Arbeitskreisen mitzuarbeiten z.B. zum Umwelt-, Gesundheits-, Arbeitsschutz oder zur Gesundheitsreform.

Wir gründen eine ver.di-Betriebszeitungsgruppe, an der sich Interessierte beteiligen können (mit Reportagen, Layout ...).

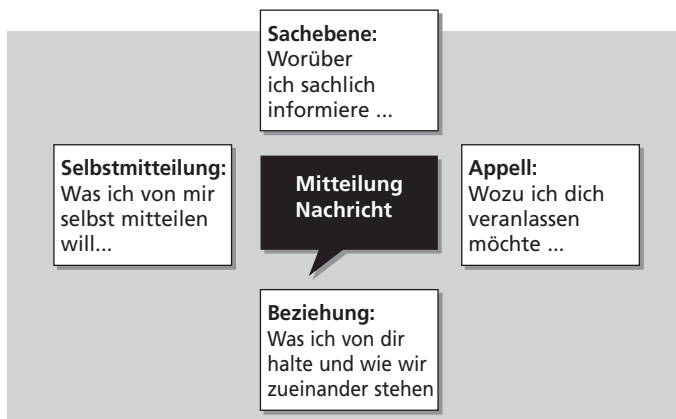
***Interessierte für die
Gewerkschaftsarbeit
gewinnen.***

6.3 WIE KANN EINE KONSTRUKTIVE KOMMUNIKATION GESTALTET WERDEN?

Für glaubhafte VL-Arbeit sind eine konstruktive Kommunikation und der offene Umgang mit Problemen sehr wichtig. Das gilt für die Moderation von Sitzungen oder Projektgruppen und für Gespräche, z.B. wenn für die Mitgliedschaft geworben wird. Kommunikation ist Senden und Empfangen von Nachrichten. Wir erleben täglich, dass Kommunikation nicht einfach ist. Wie oft erklären wir unseren Gesprächspartnern/innen, wie wir es „eigentlich gemeint haben“ – anders, als es angekommen ist. Was unsere Kommunikation schwierig macht ist, dass sie nie eindeutig ist. Selbst eine einfache Nachricht hat mehrere Kommunikationsebenen.

Ein Modell der Kommunikation (nach Schulz von Thun) geht von vier Ebenen (Aspekten) aus:

- Sachebene
- Beziehungsebene
- Ebene der Selbstmitteilung
- Ebene des Appells



Da in jeder Kommunikation der/die Sender/in zugleich Empfänger/in ist, können die Sender und die Empfänger/innen die Mitteilung jeweils auf diesen vier Ebenen

senden und empfangen. In jeder Gesprächssituation gibt es außerdem Rückkopplungen zwischen Sender/in und Empfänger/in (Gesprächsdynamik).

Das folgende Beispiel nimmt eine Aussage „unter die Lupe“. Ein Mitglied einer Arbeitsgruppe sagt: Die Luft im Arbeitsraum ist schlecht!

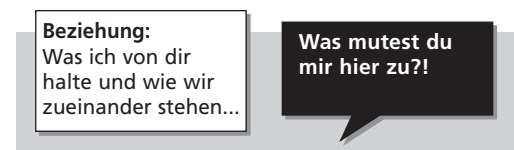
Sachebene:

Ich informiere sachlich darüber, dass die Luft schlecht ist.



Beziehungsebene:

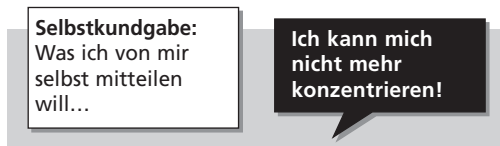
Die Luft hier ist total schlecht!



Was ich von dir halte und wie wir zueinander stehen...

In jeder Mitteilung werden Einstellungen und Gefühle zum Gesprächspartner/der Gesprächspartnerin mittransportiert. Unsere Gefühle werden deutlich in der Art und Weise, wie wir die Mitteilung formulieren und betonen. Ebenso zeigen Mimik und Gestik unsere Stimmung und Gefühle. Auf dieser Ebene sind wir sehr empfänglich. Wenn die Beziehung gestört ist, ist eine sachliche Auseinandersetzung nicht mehr möglich. Es wird vordergründig auf der Sachebene gestritten, ohne zu einer Lösung kommen zu können, weil es in Wirklichkeit um Einstellungen und Gefühle zueinander geht.

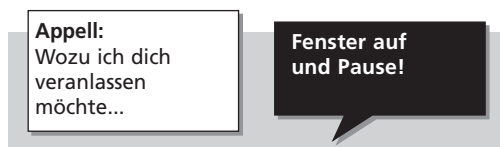
Ebene der **Selbstkundgabe** bzw. **Selbstmitteilung**: Die Luft ist so schlecht hier!



Was ich vom mir selbst mitteile...

Mit jeder Mitteilung sagen wir auch etwas über uns, z.B. unsere Befindlichkeit aus.

Appellebene: Die Luft ist so schlecht!

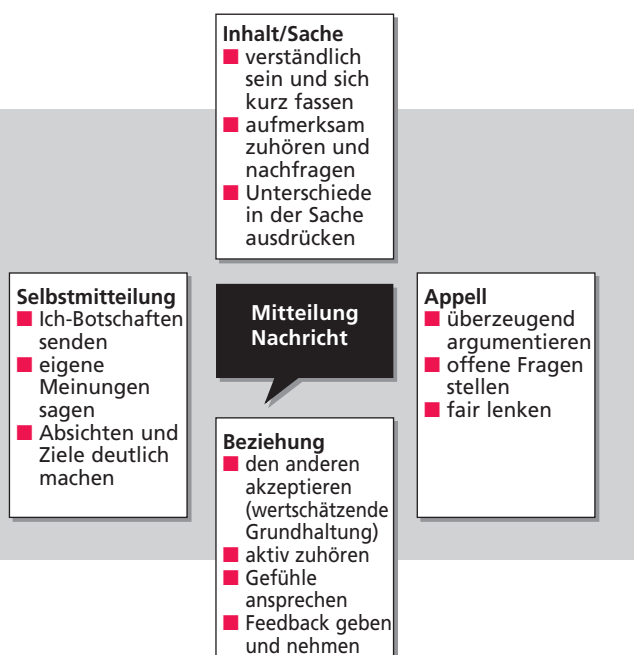


Wozu ich dich veranlassen möchte?

Mit jeder Mitteilung wollen wir auch etwas bewirken. Es ist also ein Appell an unsere Gesprächspartner/innen enthalten.

Gesprächstechniken

Anhand des Modells nach Schulz von Thun können die folgenden Regeln abgeleitet werden, wie eine gute und konstruktive Kommunikation in Diskussionen und Gesprächen zu gestalten und zu fördern ist.



Die Checkliste „Kommunikation gestalten“ fasst wichtige Punkte zur Förderung einer konstruktiven Kommunikation in Gruppen zusammen (Näheres im Kapitel 8 Werbung).

Kommunikation gestalten – Checkliste

Sachebene:

Inhalte bearbeiten

- Den Ablauf der Sitzung vorstellen und visualisieren

Thema strukturieren

- Einverständnis über die inhaltlichen Ziele herbeiführen
- Arbeitsfragen formulieren
- Diskussionspunkte nacheinander abhandeln
- Wichtige (Zwischen)Ergebnisse zusammenfassen

Diskussion (Arbeitsprozess) leiten

- Diskussionsregeln vereinbaren (z.B. Redezeitbegrenzung)
- Visualisierungs- und Moderationstechniken einsetzen
- Gemeinsames Verständnis herstellen (durch Fragen, Beispiele, Wiederholungen)
- Alle Positionen berücksichtigen

Beziehungsebene:

Miteinander gestalten

- Vereinbarungen zur Zusammenarbeit festhalten
- Auf die Einhaltung der Vereinbarungen achten

Wünsche formulieren

- Alle Beteiligten ernst nehmen

Zusammenarbeit stärken

- Einzelne unterstützen, sich einzubringen
- Einladen, Zufriedenheit und Unzufriedenheit mit dem Arbeitsstand und der Zusammenarbeit auszudrücken

Kritikfähigkeit fördern

- Zur konkreten Kritik (positive und negative Kritikpunkte) motivieren
- Verbesserungsmöglichkeiten aufzeigen
- Berechtigte Kritik annehmen

Kommunikation zum Thema machen
(Metakommunikation)

- Kommunikationsprozess in der Gruppe reflektieren
- Sach- und Beziehungsebene trennen
- Kommunikationsstörungen ansprechen

Zu ergänzen: Was ist noch wichtig?



6.4 MODERATION ALS ARBEITSTECHNIK: EIN KURZLEITFADEN


Wenn es darum geht, in einer Gruppe ergebnisorientiert an einer bestimmten Fragestellung zu arbeiten, bieten sich Moderationstechniken an. Was genau beinhaltet nun Moderation?

Moderation bedeutet, die Arbeit in einer Gruppe durch zielgerichtete Fragen zu strukturieren. Die Arbeitsergebnisse (z.B. der Stand der Diskussion über ein Thema) werden fortlaufend visualisiert.

Moderieren (übersetzt: Mäßigen) ist nicht nur das methodische Vorgehen, sondern meint auch eine ganz bestimmte Haltung des/der Moderators/in.

Moderieren heißt, den Meinungsbildungsprozess einer Gruppe zu ermöglichen und zu erleichtern, ohne inhaltlich einzugreifen. Moderator/innen sind methodische Helfer, die ihre eigenen Meinungen und Wertungen zurückstellen können. Dabei sollten sie sich an bestimmte Regeln halten.

Die wichtigsten Regeln sind nach Klebert, Schrader, Straub (1987):



**Fragen
statt sagen**

Fragen sind das Werkzeug, das Kommunikation in Gang setzt. Die Aufgabe der Moderatoren/innen ist es, den Prozess der Kommunikation zu organisieren. Bedürfnisse, Meinungen und Ziele sollen sichtbar und besprechbar werden.



**Nicht gegen die
Gruppe ankämpfen**

Wer vor einer Gruppe steht, neigt dazu zu steuern. Die Moderatoren/innen sollten sich bewusst sein, dass sie zwar das Steuerrad bedienen und wissen, wie die Maschine funktioniert, aber dass die Gruppe den Kurs angibt. Um gute methodische Helfer zu sein, müssen sie sich inhaltlich möglichst heraushalten.



**Nicht bewerten
und beurteilen**

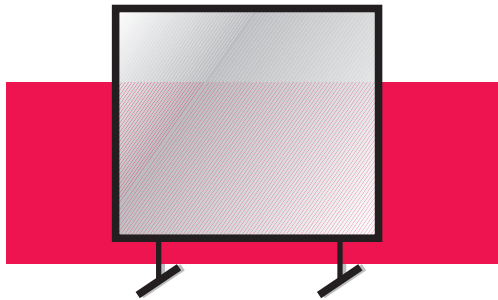
Auch die Moderatoren/innen sind Menschen mit Wertungen, Meinungen und (Vor)urteilen. Solange sie jedoch moderieren, müssen sie ihre persönlichen Bewertungen zurückstellen und alle Teilnehmer/innen mit ihren Meinungen gleich wichtig und neutral annehmen. Nur wenn sie keine Meinung inhaltlich werten, werden die Teilnehmenden Vertrauen in ihre Neutralität haben.



**Störungen haben
Vorrang**

Körperliche (z.B. Hunger, Durst) oder psychische Störungen (z.B. Ärger, Angst) können Lern- und Kommunikationsbarrieren sein. Die Moderatoren/innen sollten diese Störungen beachten, denn nicht bearbeitete Störungen können die Problemlösung verhindern oder verfälschen.

Moderationswand



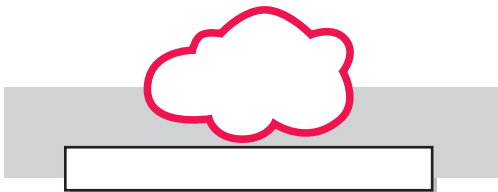
Welche Hilfsmittel brauche ich zum Moderieren?

Für die Moderationstechnik brauche ich eine Moderationswand – noch besser mehrere. Sie sind das Basiselement der Moderation. An diesen Wänden werden mit Nadeln Wandzeitungen befestigt. Auf die Wandzeitungen werden Karten geheftet, auf denen festgehalten wird, was erarbeitet wurde. Stehen keine Moderationswände zur Verfügung, ist es auch möglich, Wandzeitungen an den Wänden des Raumes anzubringen und die erarbeiteten Karten mit Tesa-Krepp aufzukleben.

Für die Visualisierung werden Karten benutzt. Das hat den Vorteil, dass man die Karten während des Bearbeitungsprozesses flexibel inhaltlichen Zusammenhängen zuordnen kann.

Dabei wird für jeden eigenen inhaltlichen Punkt je eine eigene Karte beschriftet. Die Karten haben verschiedene Formate, die für unterschiedliche Funktionen verwendet werden:

Weitere Hilfsmittel



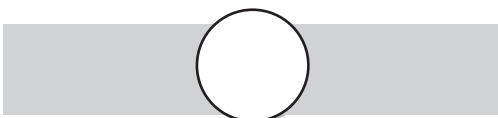
Wolken und lange Streifen werden für Überschriften benutzt. Die Streifen bieten sich außerdem an, um Arbeitsfragen festzuhalten.



Eckige Karten sind in der Moderation die „Standardkarten“, d.h. sie werden für die erarbeiteten Inhalte verwendet.

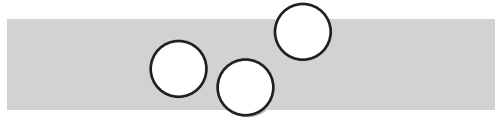


Auf ovalen Karten werden Kommentare und Ergänzungen (z. B. wenn gegensätzliche Meinungen bestehen) festgehalten.



Kreise werden für Oberbegriffe benutzt, wenn einzelne Karten, die zu einem Thema gehören, zusammengefasst werden.

„Kuller“ dienen der Zuordnung von Namen oder der Nummerierung.



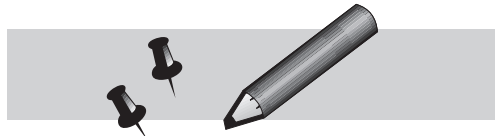
Klebestifte werden benutzt, um Inhalte zu bewerten oder zu gewichten.



„Blitze“ kennzeichnen Unklarheiten oder Kontroversen zu einzelnen inhaltlichen Punkten. Gegenargumente werden z.B. dann auf ovalen Karten festgehalten.



Mit Nadeln werden die Karten auf den Wandzeitungen befestigt.



Stifte: Zum Schreiben der Karten gibt es so genannte „Moderationsmarker“, das sind Stifte mit einer schrägen Spitze. Mit etwas Übung gelingt es, die Karten so zu beschriften, dass sie gut gelesen werden können.

Die Karten müssen gut lesbar sein, denn eine Visualisierung, die schlecht zu lesen ist, stört die Aufmerksamkeit und frustriert. Beim Beschriften der Karten sollen die folgenden Regeln eingehalten werden:

- **fett schreiben** – bei Rechtshändern zeigt die Spitze des Stiftes nach links. Der Stift muss so breitflächig wie möglich auf dem Papier aufliegen.
- **mit Druckbuchstaben schreiben** – am besten Strich neben Strich.
- **große und kleine Buchstaben verwenden** – sie geben dem Auge mehr Halt, als wenn nur Großbuchstaben verwendet werden.

- **nur einen inhaltlichen Punkt** (ein Argument) auf eine Karte schreiben.
- **nur drei Zeilen auf die Karte schreiben** – die Karte in der Höhe voll ausnutzen und dabei oben links auf der Karte anfangen, um keinen Platz zu verschenken

Als weitere Moderationshilfsmittel werden Klebestifte und Tesa-Krepp benötigt:

- Klebestifte, um Karten nach Fertigstellung der Wandzeitung aufzukleben, wenn die Wandzeitung aufbewahrt werden soll.
- Tesa-Krepp, um fertige Wandzeitungen an die Wände zu hängen und, wenn keine Moderationswand zur Verfügung steht, um Karten an die Wandzeitung zu heften.

**Karten müssen
gut lesbar sein**

Im Folgenden stellen wir einzelne Moderationstechniken vor: die These, die Zuruffrage, die Kartenfrage und die Gewichtungsfrage. Dabei erläutern wir die genaue Durchführung der Techniken, für welche Arbeitsschritte ihre Anwendung sinnvoll ist, und geben jeweils ein Beispiel aus der Projektgruppenarbeit für die jeweilige Technik.

Die These

Die These wird eingesetzt, um in ein Thema einzusteigen und ein erstes Meinungs- und Stimmungsbild zu erhalten. Sie eignet sich, um die Gruppe auf das Thema zu orientieren und kann zu Beginn der Bearbeitung eingesetzt werden. Die Diskussion über verschiedene Einschätzungen einer „Behauptung“ sorgt dafür, dass die Gruppe mit dem Thema „warm wird“.

Vier-Felder-Schema Zur Thesenmoderation wird eine Behauptung in Form eines einzigen Satzes, der mit einem Ausrufezeichen endet, auf eine Wandzeitung geschrieben. Dazu gibt es ein Vier-Felder-Schema von ++ bis --.

Hier ein Beispiel für eine These:

Vollwertkost in der Kantine ist für die Gesundheit der Beschäftigten unverzichtbar!			
++	+	-	--

Eine gut formulierte These

- macht die Streuung von Standpunkten sichtbar, d.h. sie soll provozieren.
- lässt sich ausdeuten, d.h. sie ist eher unscharf formuliert.
- muss positiv formuliert sein, d.h. sie darf keine Verneinung beinhalten.

Und so sieht der Ablauf einer Thesenmoderation aus:

Anmoderation

- Thesen mit wenigen Worten vorlesen
- Abstufungen erklären
- Teilnehmer/innen auffordern, gleichzeitig die Punkte zu setzen

Punkten

- Teilnehmer/innen kleben je einen Punkt in das Schema

Besprechung

- zunächst die Argumente der Minderheit erfragen
- Argumente auf Karten notieren und unter der Tabelle anbringen
- nach 3 – 4 Karten zur Gegenposition übergehen
- ggf. für mittlere Position Argumente nachfragen

Abschluss

- wenn 6 – 8 Argumente gesammelt sind:
 - alle Karten nochmals vorlesen
 - Striche ziehen, um die Zuordnung deutlich zu machen

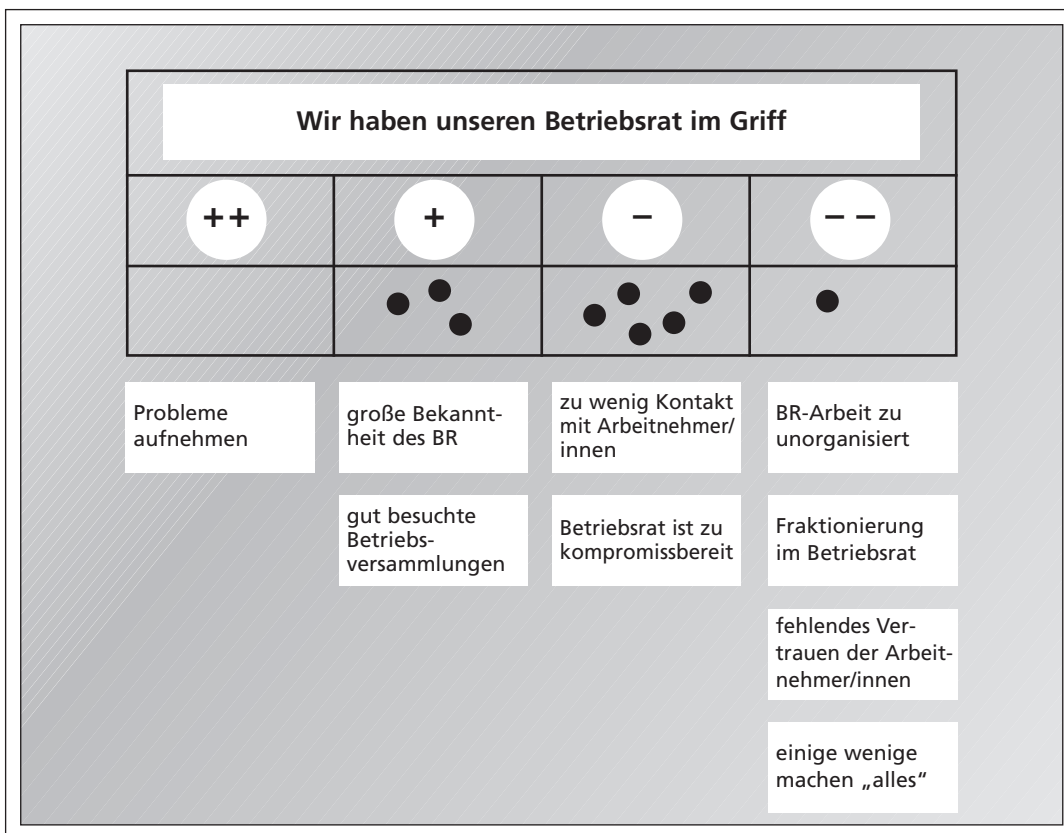
Zeitbedarf:

5 bis 15 Minuten für die Einleitung und das Kleben der Punkte sowie 10 bis 20 Minuten für die anschließende Diskussion (Die Zeitdauer ist abhängig von der Gruppengröße.)

Materialbedarf:

- eine vorbereitete Wandzeitung mit der These und dem Vier-Felder-Schema
- je einen Klebepunkt für die Teilnehmer/innen
- eckige Karten und Stifte für die Sammlung der Argumente

Hier ein Beispiel, wie das Ergebnis einer Thesenmoderation aussehen könnte:



Thesenmoderation

Bewertung:

Mit der Thesenmoderation kann man unter aktiver Beteiligung der Teilnehmer/innen in ein Thema einsteigen. In kurzer Zeit werden die Haltungen der Beteiligten sichtbar und für alle ein persönlicher Bezug zum Thema hergestellt.

Alle Teilnehmer/innen werden angesprochen, für die unterschiedlichen Positionen Argumente zu finden, auch wenn diese nicht der eigenen Meinung entsprechen.

Die Formulierung „guter“ Thesen nach den genannten Kriterien ist schwierig.

Wenn ein großes Diskussionsbedürfnis besteht, ist es nicht einfach, die Thesenmoderation in dem vorgesehenen zeitlichen Rahmen als Einstieg in das Thema durchzuführen.

**Ideen,
Probleme
und Lösungen
sammeln**

Die Zuruffrage

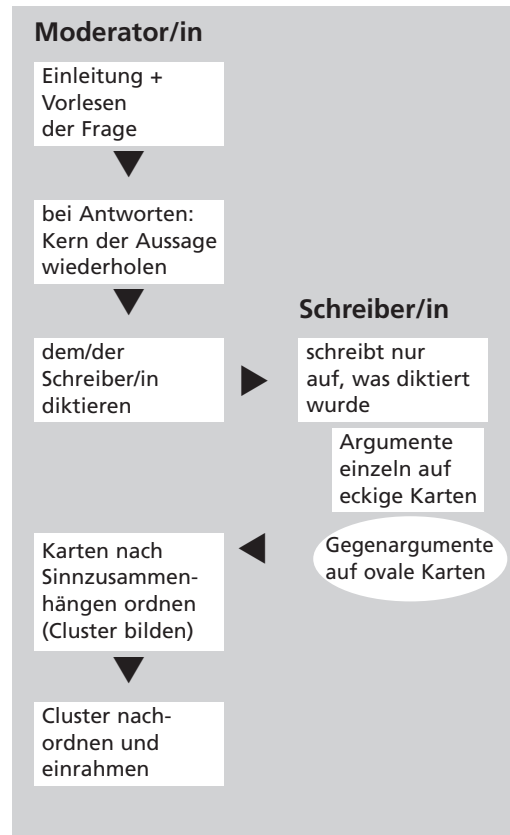
Die Zuruffrage dient zum Sammeln von Ideen, Problemen oder Lösungen und hilft, ein Meinungsbild zu erstellen. Sie wird eingesetzt, wenn assoziative Antworten erwünscht sind, es außerdem nicht sehr viele verschiedene Antwortmöglichkeiten gibt und evtl. nicht alle Teilnehmer/innen etwas zu dieser Frage beitragen können.

Bei der Durchführung einer Zuruffrage sind zwei Personen beteiligt: eine/r moderiert und eine/r hilft, indem er/sie die Karten beschriftet. Der/die Moderator/in leitet die Diskussion und hält die Kernaussagen der einzelnen Diskussionsbeiträge zur Beantwortung der Frage fest. Dabei ist es wichtig, die Formulierungen der Teilnehmer/innen zu übernehmen oder mit ihnen abzustimmen, was auf den Karten von dem/der Schreiber/in festgehalten werden soll.

Zeitbedarf:
30 bis 45 Minuten.

Materialbedarf:

- Wandzeitung mit visualisierter Frage (Streifen)
- eckige Karten, Kreise und ovale Karten, Stifte

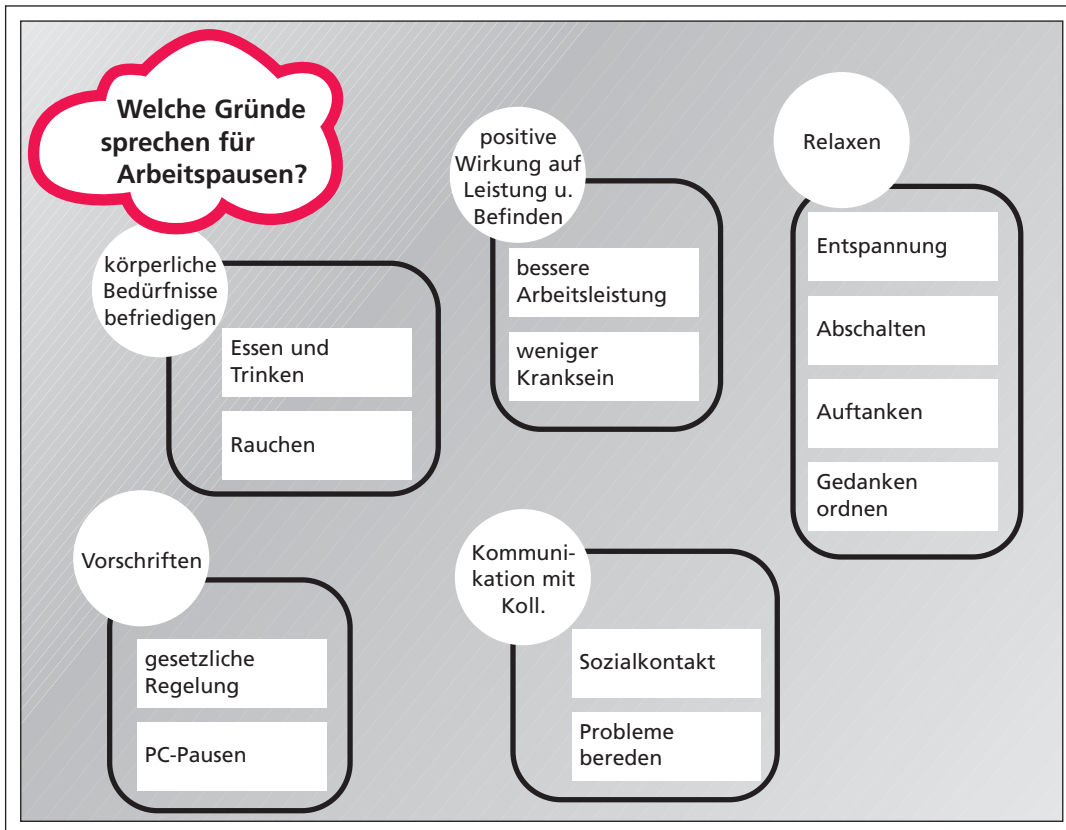


Bewertung:

Die Methode hat einen verhältnismäßig geringen Zeitaufwand. Es entsteht ein schneller Austausch an Ideen, wobei neue Ideen an den schon festgehaltenen anknüpfen („Brainstorming-Effekte“).

Nicht alle Teilnehmer/innen können in gleichem Maße einbezogen werden, sondern je nach ihrer Beteiligung. Diejenigen, die für ihre Beiträge länger überlegen müssen, können benachteiligt sein. Die Beiträge sind nicht anonym.

Hier ein Beispiel:



Zuruffrage

Auf dieser Wandzeitung sind die Karten in fünf so genannte Cluster geordnet.

Beim Clustern ist darauf zu achten, den ganzen Platz auf der Wandzeitung zu nutzen: also weiträumig clustern. Die Cluster werden zum Schluss mit einem dicken Strich umrahmt, so dass die erarbeiteten inhaltlichen Schwerpunkte auf einen Blick zu erkennen sind.

Einfache Kartenfrage

Die Kartenfrage

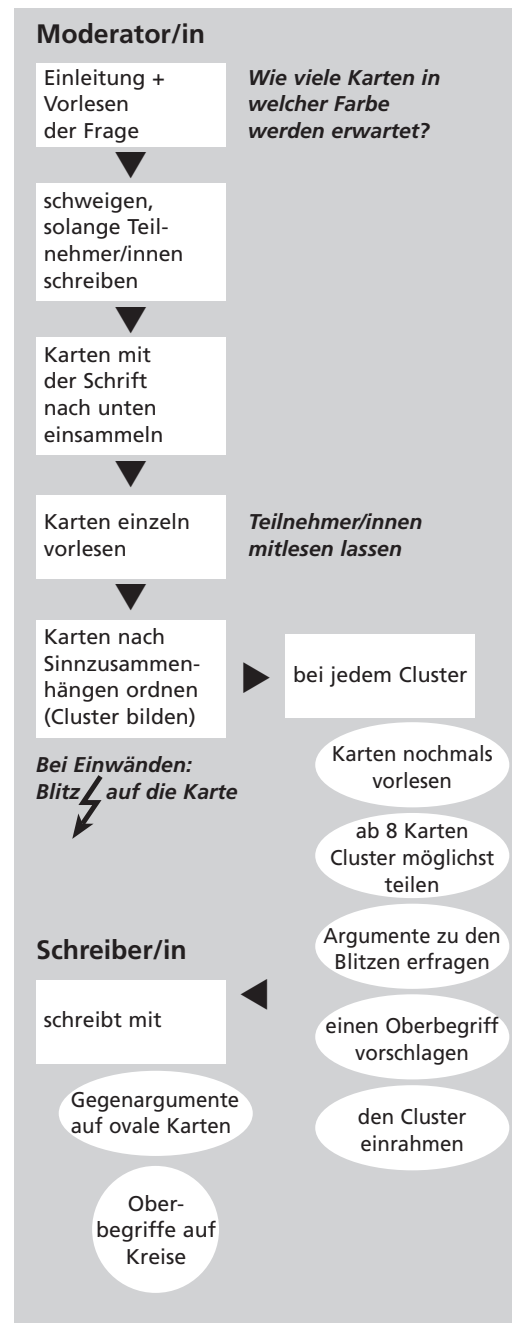
Die Kartenfrage dient ebenso wie die Zuruffrage dem Sammeln von Ideen, Problemen oder Lösungen. Sie wird dann angewendet, wenn ein breites Antwortspektrum zu erwarten ist. Bei einer Kartenfrage schreiben die Teilnehmenden selbst ihre Antworten auf Karten, die anschließend von den Moderatoren/innen eingesammelt werden. So bleibt eine gewisse Anonymität gewahrt und den Teilnehmern/innen fällt es in der Regel auf diese Weise leichter, Antworten zu äußern, die in der Gruppe „nicht so gern gehört“ werden.

Die Kartenfrage kann in verschiedenen Varianten durchgeführt werden: als Einfache oder Doppelte Kartenfrage. Auch an der Durchführung einer Kartenfrage sind zwei Personen beteiligt.

Besonders, wenn die Teilnehmer/innen noch keine Erfahrung mit dieser Methode haben, sollte der/die Moderator/in anleiten, dass die Teilnehmer/innen

- mit dickem Filzstift in Druckbuchstaben schreiben,
- die Karten groß und deutlich, maximal dreizeilig beschriften
- und jeweils nur einen Gedanken pro Karte notieren sollen.

Es ist sinnvoll, auf einer Beispielkarte die „richtige“ und „falsche“ Beschriftung zu demonstrieren.



Bei der Einfachen Kartenfrage antworten die Teilnehmer/innen auf eine Frage. Eine Variante der Methode ist die Doppelte Kartenfrage, bei der zwei Fragen zu bearbeiten sind, die inhaltlich zusammenhängen. Für jede der Fragen wird eine andere Kartenfarbe verwendet. Ein Beispiel für eine Doppelte Kartenfrage:

„Wenn Ihr an die Einführung eines Rauchverbots in der Kantine denkt: Welche Vorteile sind damit verbunden? Welche Nachteile sind damit verbunden?“

Eine weitere Variante, die sich besonders in einer Projektgruppe gut anwenden lässt, ist der Teilnehmer/innen in Kleingruppen aufzuteilen und dort die Karten selbstständig clustern zu lassen. Wenn bei einer Doppelten Kartenfrage die Karten parallel in zwei Gruppen geordnet werden, spart dies viel Zeit.

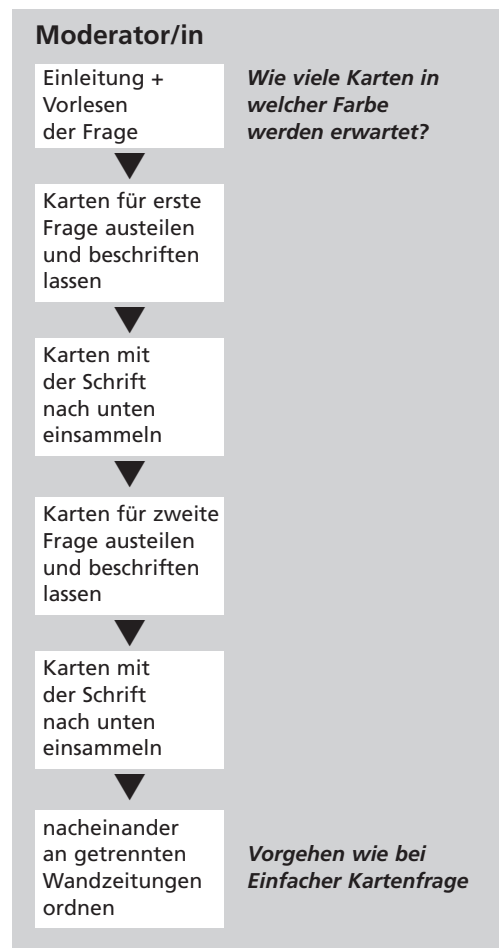
Zeitbedarf:

Zwischen 40 und 90 Minuten, je nachdem wie viele Karten beschrieben worden sind und ob es sich um eine Einfache oder Doppelte Kartenfrage handelt.

Materialbedarf:

- Wandzeitung mit visualisierter Frage (Streifen) – bei vielen Karten zwei Wandzeitungen zum Clustern
- eckige Karten und Stifte für die Teilnehmer/innen; Kreise für die Überschriften und ovale Karten für den/die Schreiber/in

Die Doppelte Kartenfrage wird in folgenden Schritten durchgeführt:



*Doppelte
Kartenfrage*

Bewertung:

Alle Teilnehmer/innen werden einbezogen und ihre Beiträge bleiben anonym. Dadurch erhält man ein recht großes Antwortspektrum.

Durch diese Methode wird die Dominanz von „Meinungsführern“ in der Gruppe umgangen und alle können sich frei äußern.

Es besteht nicht das Problem, dass sich einige viel und andere gar nicht beteiligen.

Beiträge von Teilnehmern/innen, die für die Formulierung eines Gedankens mehr Zeit benötigen, fallen nicht unter den Tisch, weil gewartet wird, bis alle ihre Karten beschriftet haben.

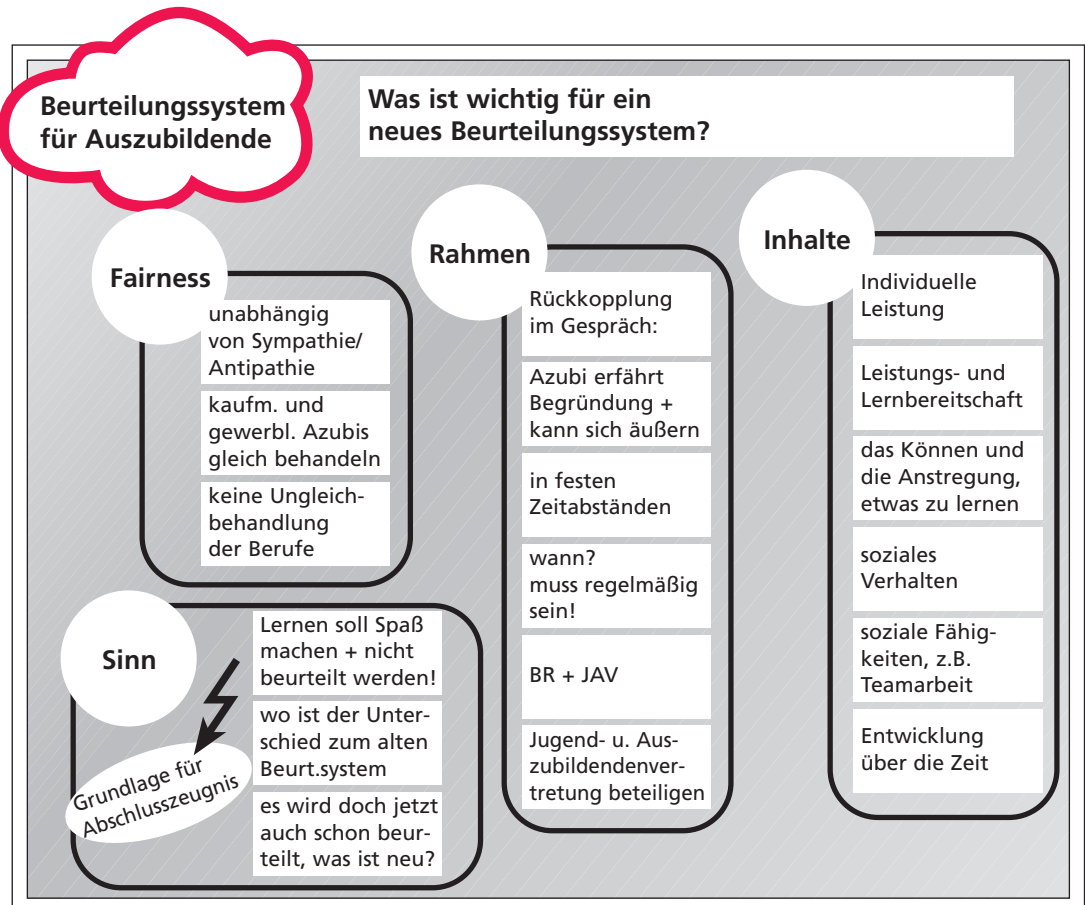
Teilnehmer/innen, die Probleme mit der Rechtschreibung haben, können gehemmt sein, die Karten zu beschriften.

Die Methode kann sehr zeitaufwändig sein. Sie wird bei großen Gruppen und/oder vielen Karten pro Person leicht unübersichtlich und macht das Kartensortieren langwierig. Hier haben die Moderatoren/innen aber auch die Möglichkeit, die Anzahl der Karten einzugrenzen oder, wie oben schon erläutert, die Teilnehmer/innen in getrennten Gruppen die Karten selbstständig sortieren zu lassen.

Das Resultat einer Kartenabfrage kann vom Bild her ähnlich aussehen wie das einer Zuruffrage. Bei beiden Methoden werden die Karten in Cluster geordnet und mit Oberbegriffen versehen, wobei es bei einer Kartenfrage wegen der Mehrfachnennungen meist insgesamt mehr Karten sind.

Hier ist ein Beispiel für eine Kartenfrage.

Kartenfrage



Die Gewichtungsfrage

Die Gewichtungsfrage wird eingesetzt, wenn die Gruppe selbst im Arbeitsprozess Prioritäten setzen und Entscheidungen treffen soll, z.B. über die Reihenfolge der weiteren Bearbeitung. Die Teilnehmer/innen machen ihre Bewertungen durch Kleben von Punkten auf die entsprechenden Themenschwerpunkte deutlich. Auf diese Weise werden die bisherigen Ergebnisse für eine weitere Bearbeitung eingegrenzt.

Auch eine Gewichtungsfrage muss klar und eindeutig formuliert werden. Bewertungen werden nach einem bestimmten Kriterium vorgenommen, das aus der Frage deutlich werden muss.

Zum Beispiel kann der Sammlung und Clusterung aus der Kartenfrage eine Gewichtungsfrage angeschlossen werden. Dabei fallen die Gewichtungen sicher unterschiedlich aus, wenn man entweder nach „den wichtigsten Punkten“ fragt oder wenn man wissen will „was wir hier genauer diskutieren sollten“.



Gewichtungsfrage

Zeitbedarf:
etwa 10 bis 15 Minuten.

Materialbedarf:

- vorbereitete Wandzeitung (mit durchnummerierten Kategorien)
- Klebepunkte in ausreichender Anzahl
- für die Auswertung Stift und ovale Karten

Bewertung:

Die Gewichtungsfrage ist eine Zeit sparende Methode, denn sie ist zügiger als eine Diskussion mit anschließender Abstimmung.

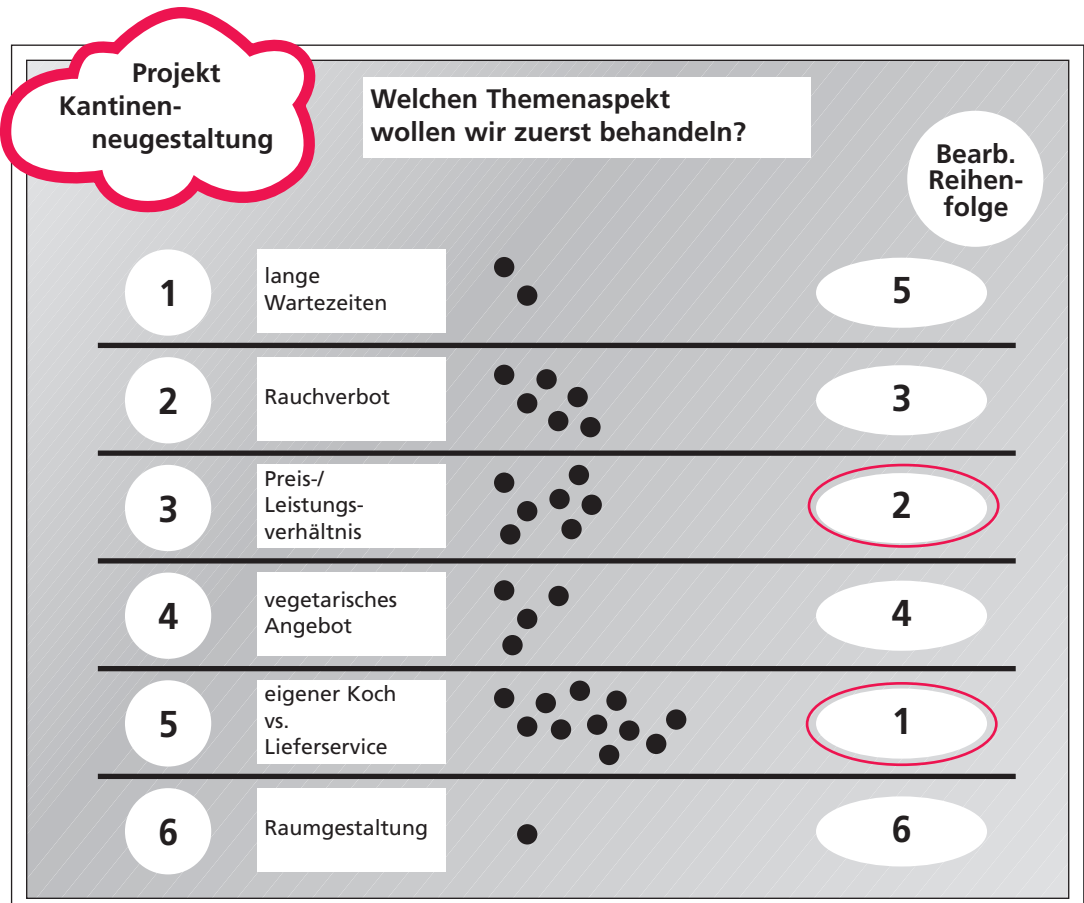
Sie beteiligt alle Teilnehmer/innen gleichermaßen, allerdings nicht anonym.

Das Abstimmungsverhalten (und damit das Ergebnis) der Einzelnen kann durch die Beobachtung, wohin die anderen ihre Punkte kleben, beeinflusst werden.

Auch der Hinweis, gleichzeitig zu punkten, verhindert das nicht ganz.

Das Ergebnis einer Gewichtungsfrage könnte z.B. so aussehen:

Gewichtungsfrage



6.5 BETEILIGUNG DURCH BEFRAGUNG

Eine Befragung kann viele Beschäftigte einbeziehen. Sie kann für Kollegen und Kolleginnen Anstoß und Möglichkeit sein, ihre Meinungen und Vorschläge zu wichtigen betrieblichen oder gewerkschaftlichen Themen zu äußern. Wir können von vielen Beschäftigten systematische und vergleichbare Informationen (z.B. über Einstellungen und Wünsche zur betrieblichen Gewerkschaftsarbeit) erhalten.

Eine Befragung sollte zielgerichtet sein und sensibilisieren. Manche Befragte setzen sich zum ersten Mal mit dem Thema auseinander. So kann die Frage, ob und wie Beschäftigte ihr Wissen und ihre Erfahrungen in ihrer Arbeit einsetzen können, möglicherweise dazu führen, eine seit Jahren festgefahrene persönliche Arbeitssituation kritisch zu betrachten – oder für gesundheitliche Risiken am Arbeitsplatz sensibilisieren.

Zudem stellt ja schon die Ankündigung einer Befragung eine breite innerbetriebliche Öffentlichkeit her, die Gespräche und Diskussionen zur Folge hat.

Eine Befragung erfordert eine gute Vorbereitung. Wir müssen schon bei der Konzeption berücksichtigen, was wir mit der Befragung und ihren Ergebnissen erreichen wollen.

Eine Befragung kann:

- der Beschaffung von Informationen dienen, um eine Bestandsaufnahme vorzunehmen: z.B. die Bewertung der gewerkschaftlichen Arbeit aus Sicht der Kollegen und Kolleginnen;
- Meinungen, Wünsche und Forderungen der Kollegen und Kolleginnen erfassen;
- ein Thema im Betrieb öffentlich machen und einen betrieblichen Meinungsbildungsprozess dazu anregen;
- zum gemeinsamen Handeln mobilisieren.

Welche Befragungsformen gibt es?

Die mündliche Befragung (das Interview) kann unstrukturiert oder strukturiert bzw. standardisiert sein. Standardisiert heißt: Es gibt einen Leitfaden mit festgelegten Fragen und der Reihenfolge, wie diese zu stellen sind. Das können offene und geschlossene Fragen sein.

Offene und geschlossene Fragen

Beim unstrukturierten Interview ist nur der thematische Rahmen vorgegeben.

Zum Beispiel:

Welche Veränderungen gibt es in einem bestimmten Arbeitsbereich und wie bewerten die Befragten diese Veränderungen? Diese unstrukturierte Form ist sinnvoll, wenn wir wenig wissen und viel erfahren möchten. Jedoch müssen aus der Vielfalt der Antworten die relevanten Informationen herausgefiltert und bewertet werden.

In der schriftlichen Befragung kommt ein Fragebogen zum Einsatz; oft mit geschlossenen Fragen, die durch Ankreuzen (z.B. „trifft auf mich zu“) zu beantworten sind.

Schriftliche Befragung

Geschlossene Fragen lassen sich statistisch leichter auswerten, z.B. durch Angabe der Prozentzahl der Befragten, auf die eine Antwort zutrifft oder nicht zutrifft.

Offene Fragen können frei in Worten beantwortet werden. Die Informationen sind vielfältiger, aber schwieriger auszuwerten.

Beispiel für eine geschlossene Frage:

Geschlossene Frage

Welche Beschwerden haben Sie?
 Kopfschmerzen
 Nie selten manchmal oft

Beispiel für eine offene Frage:

Offene Frage

Wenn Sie Ihre Arbeit frei gestalten könnten, was wäre Ihnen wichtig?

Geschlossene und offene Fragen können kombiniert werden.

Geschlossene und offene Fragen

Mit dem Auftreten (den Aktivitäten) von ver.di im Betrieb bin ich:
 nicht zufrieden eher unzufrieden
 eher zufrieden sehr zufrieden

Welche Aktivitäten haben dir in letzter Zeit besonders gefallen? –
 Stichworte genügen

Was hat dich in letzter Zeit am meisten gestört? –
 Stichworte genügen

Was wünschst du dir von der Gewerkschaftsarbeit im Betrieb?

Wichtig ist, dass die Befragten genau wissen, wie sie antworten sollen. Deshalb sind Hinweise zur Beantwortung notwendig, z.B.: „Bitte ankreuzen, was für Sie/dich zutrifft; es können mehrere Antworten angekreuzt werden; bitte nur eine Antwort ankreuzen“. oder bei offenen Fragen: „Stichworte genügen“.

Allgemeine Faustregeln für Befragungen:

- Ziel und Zweck der Befragung erläutern. Was haben die Befragten selbst davon, wenn sie mitmachen?
- Leicht verständliche und eindeutige Fragen stellen. Fragen dürfen nicht verwirren. Das verärgert und führt zur Verweigerung.
- Genau erklären, wie die Fragen beantwortet werden sollen.
- Nur so viele Fragen wie nötig stellen; bei Fragebögen auf Übersichtlichkeit der einzelnen Seiten achten.
- Vom Allgemeinen zum Besonderen fragen.
- Fremdworte vermeiden.
- Mit Bildern und Comics auflockern.

Eine Befragung vorzubereiten, durchzuführen und auszuwerten braucht Zeit.

Systematische Befragungsmethoden sollte man nur bei wichtigen zukunftsorientierten Themen einsetzen. Eine Befragung weckt Erwartungen. Es sollte klar sein, wie mit diesen Erwartungen umgegangen wird.

Der große Vorteil ist: Es können viele und systematische Informationen erhoben werden (besonders bei einem schriftlichen Fragebogen). Diese Informationen und Daten müssen aber auch ausgewertet und interpretiert werden.

Tipp:
Sich externe Unterstützung organisieren!
Die muss nicht teuer sein.

Denn Studierende an Universitäten und Fachhochschulen suchen oft Möglichkeiten, theoretisches Wissen mit praktischer Arbeit zu verknüpfen.

Die Entscheidung für eine Befragung soll immer vor dem Hintergrund der betrieblichen Bedingungen getroffen werden. Dies gilt auch für die Entscheidung, welche Befragungsart die sinnvollste ist. In einem Betrieb kann es eine Fragebogenaktion sein. In einem anderen Betrieb können Interviews oder Gruppendiskussionen besser sein.

Die folgende Checkliste bietet eine Entscheidungshilfe.

Entscheidung für eine Befragung – Checkliste

Was wollen wir mit der Befragung erreichen?

- Welches Ziel verfolgen wir: Was soll nach der Befragung anders sein als jetzt?

Welche Informationen soll die Befragung liefern?

- Wissen wir schon was über die zu erfragende Situation oder fangen wir bei null an? Vorhandene Informationen auswerten.
- Soll es eine systematische Bestandsaufnahme sein?

- Brauchen wir detaillierte Informationen?
- Wären die Beschäftigten eher zu einer mündlichen oder schriftlichen Befragung bereit?

Wie kann die Durchführung organisiert werden?

- Wie können wir Öffentlichkeit herstellen?
- Wie kann die Teilnahme gefördert werden?
- Wie kann der Rücklauf organisiert werden?
- Wie erreichen wir unsere Zielgruppe am besten?

Wie soll die Befragung ausgewertet werden?

- Werten wir selbst „per Hand“ aus?
- Werten wir mit dem Computer aus?
- Können wir auf Experten oder Expertinnen zurückgreifen?
- Welche externen Fachleute können wir für statistische Berechnungen hinzuziehen?

Welche Konsequenzen können die Ergebnisse nach sich ziehen?

- Was wird sich nach der Befragung verändern?
- Welche Bedeutung haben die erwarteten Ergebnisse für die Zielgruppe; für uns; für den BR; für ver.di,...?
- Welche Erwartungen werden an uns gestellt und müssen erfüllt werden?

Was gilt es allgemein zu berücksichtigen?

- Wie komplex ist das Thema? Auf was konzentrieren wir uns, um uns nicht zu überfordern?
- Welche Vorinformationen bzw. Diskussionen gibt es im Betrieb?
- Wie schätzen wir unsere Arbeitskapazität ein?
- Wie viele Kollegen und Kolleginnen wollen wir befragen?
- Auf welche Unterstützung (z.B. Multiplikatoren/innen) können wir zurückgreifen?
- Wann sollen die Ergebnisse vorliegen?

Zu ergänzen: Was ist noch wichtig?

7. PLANUNG DER BETRIEBSNAHEN BILDUNGSARBEIT

Qualifizierungsbedarf

Die Bildungsplanung ist eine wichtige und kontinuierliche Aufgabe und ein TOP in unseren Sitzungen. Bildungsplanung heißt: Wir erheben unseren eigenen Qualifizierungsbedarf und setzen damit einen Qualitätsmaßstab an, um unsere Arbeit zu verbessern. Die benötigten Qualifikationen können wir in geeigneten Seminaren und Fortbildungsveranstaltungen erwerben.

Darüber hinaus sind das bedarfsgerechte Anbieten, Werben und die Organisation von Bildungsveranstaltungen ein wichtiger und attraktiver „Service“ für die Mitglieder und interessierte „Noch-nicht-Mitglieder“. In ver.di-Bildungsangeboten können wichtige Qualifikationen auch für den Beruf erworben werden. Bildungsangebote sind eine sichtbare und attraktive Leistung und ein Anreiz für die Mitgliedschaft.

Schon bei der ersten VL-Versammlung nach der Wahl (siehe Kapitel 3) sind der Bildungsbedarf und die Bildungsplanung für Vertrauensleute zu erfassen. Sind viele neue Vertrauensleute hinzugekommen und werden VL-Strukturen neu aufgebaut, ist die Frage einer Basisqualifizierung für die Aufbauarbeit zu stellen.

Unser inhaltlicher und methodischer Qualifizierungsbedarf:

- Was brauchen wir, um unsere Gewerkschaftsarbeit im Betrieb anzustoßen? (z.B. Betriebsübersicht, Analyse der Mitgliederstrukturen)
- Welche inhaltliche Grundqualifizierung benötigen alle VL? (z.B. Tarifrecht)
- Was brauchen wir an inhaltlicher Qualifizierung, um Schwerpunktthemen kompetent umsetzen zu können? (z.B. Arbeitszeitmodelle, Gefährdungsanalysen)
- Wer würde entsprechende Seminare besuchen?
- Welche inhaltliche Qualifizierung brauchen einzelne VL?

Leitfragen

- Was brauchen wir an methodischer Qualifizierung, um Kernaufgaben (z.B. die Beratung der Mitglieder) kompetent erfüllen zu können? (siehe Kapitel 4)
- Was brauchen wir für eine zielgerichtete Arbeit/unsere Arbeitsorganisation? (Informationsmanagement, Sitzungsgestaltung,...)
- Was brauchen wir, um Mitglieder zu motivieren und mehr einzubeziehen: Arbeitsmethoden zur Beteiligung (z.B. Moderationsmethoden, Projektarbeit)
- Was brauchen wir für uns als Betriebsgruppe/Team? (z.B. ein Kerngruppenseminar)

7.1 VER.DI-BILDUNGSANGEBOTE

ver.di hat ein vielfältiges Bildungsangebot, das insbesondere auch die Arbeit der Vertrauensleute und Betriebsgruppen sowie die Arbeit in Teams und Gremien unterstützt. Diese Angebote bestehen auf zentraler Ebene, d.h. in den ver.di Bildungsstätten und im größeren Umfang auf regionaler Ebene, da viele dieser Seminare orts- und betriebsnah angeboten und durchgeführt werden.

Daher beachtet bitte insbesondere die entsprechenden Angebote des Bezirks, des Landesbezirks oder der Fachbereiche.

Die ver.di Bildungsangebote sind in der Regel in themenorientierte und in zielgruppenorientierte Seminare gegliedert. Das bietet die Möglichkeit, sich die Seminare nach inhaltlichem Interesse und Arbeitsschwerpunkten oder nach eigenen Arbeits- und Handlungszusammenhängen auszuwählen.

Die themenorientierten Seminare sind ein Angebot für alle, die sich zu ökonomischen, politischen, gesellschaftlichen, sozialen, kulturellen Entwicklungen und Themen ihre Meinung bilden und mit gewerkschaftlichen Positionen auseinandersetzen wollen, um diese handlungswirksam für ihre Interessen anzuwenden.

Hier werden u.a. Seminare zum gewerkschaftlichen Wirkungsfeld (z.B. Tarifrecht) oder gewerkschaftspolitische Grundlagenseminare angeboten.

Dabei setzen wir uns auseinander mit:

- den Zielen und Werten der Gewerkschaften
- unserer Rolle im Betrieb
- Wirtschaft und Gesellschaft
- den wesentlichen politischen und wirtschaftlichen Zusammenhängen und deren Auswirkungen auf Arbeitsmarkt und Arbeitsbedingungen

In diesen Seminaren geht es auch darum, Orientierung über die Wirkungsmöglichkeiten in der VL-Arbeit (und den eigenen Standpunkt) zu bekommen.

Die zielgruppenspezifischen Angebote richten sich direkt an Mitglieder mit bestimmten Funktionen, wie Vertrauensleute, oder an Mitglieder in bestimmten Arbeits- bzw. Handlungszusammenhängen, wie Beschäftigte eines Betriebes oder einer Branche/ eines Fachbereichs.

Diese Seminare zielen auf den konkreten Qualifizierungs- und Unterstützungsbedarf, um die gewerkschaftliche Arbeit im Betrieb anzustoßen oder weiterzuentwickeln.

Beispielsweise stellen sie die Bedeutung und Aufgaben der VL-Arbeit in den Mittelpunkt oder die Arbeit der Vertrauensleuteleitung und Betriebsgruppenvorstände, die Verbesserung der Arbeitsorganisation, die gewerkschaftliche Öffentlichkeitsarbeit im Betrieb oder eine spezielle inhaltliche oder methodische Qualifizierung für einen Arbeitsschwerpunkt.

Tipp:
Zur Unterstützung der VL-, Betriebsgruppen-, Team- und Gremienarbeit führt ver.di auf jeder Ebene auch gerne Seminare auf Anfrage durch.

Ein besonderes Angebot, das auf Anfrage organisiert wird, sind die Kerngruppenseminare.

Kerngruppenseminare

Kerngruppenseminare

zeigen, dass Gewerkschaftsarbeit lebendig ist. Ein Weg zur Belebung der betrieblichen Gewerkschaftsarbeit führt über die Kerngruppenkonzeption, diese bedeutet Arbeit planen und Mitglieder einbeziehen.

Die betriebliche Handlungsfähigkeit ist abhängig vom Engagement der Beteiligten. Diese wollen ihre Rolle als handelnde Subjekte wahrnehmen und sich nicht etwa als „verwaltete“ Objekte verstehen.

Im Mittelpunkt steht nicht das Handeln für, sondern durch die Mitglieder.

In den Kerngruppenseminaren können wir lernen, kompetent und offen, auf Mitglieder und Nicht-Mitglieder zuzugehen, um zu fragen und zu überzeugen, statt zu überreden.

Mit der Umsetzung der Kerngruppenkonzeption bietet sich aktiven ver.di-Mitgliedern und Vertrauensleuten ein Instrument, mit dem sie ihre betriebliche Arbeit schrittweise selbstständig organisieren und planen können.

Das Seminar bietet Anstöße, schafft Ansätze für eine nachhaltig verbesserte Gewerkschaftsarbeit, um die betrieblichen Interessen nachvollziehbar und zielorientiert durchzusetzen.

Bildung nicht dem Zufall überlassen. Den Bedarf besprechen, festhalten und mit ver.di planen!

Ein wesentliches Ziel der Kerngruppenkonzeption ist, die Kenntnisse für eine systematische Arbeitsorganisation zu vermitteln. Ausgangspunkt hierfür ist eine genaue Bestandsaufnahme der betrieblichen Situation, sowie die Vereinbarung auf ein gemeinsames Ziel.

Dafür werden im Seminar Methoden zur Analyse, Ideenfindung, Präsentation, Problemlösung, Zieldefinition und Arbeitsplanung vermittelt. Zum anderen gibt uns das Kerngruppenseminar die Möglichkeit, unsere Qualifikationen und Kompetenzen auszutauschen und weiterzuentwickeln.

Kommunikation ist die Grundlage jeder zwischenmenschlichen Beziehung. Kommunikationsstörungen blockieren konstruktive Prozesse.

Deswegen besitzt die Ausweitung sozialer und insbesondere kommunikativer Kompetenzen in der Kerngruppenkonzeption besondere Bedeutung. Darum bietet das Seminar Raum und Zeit, sich in freier Rede, im Argumentieren und in der Gesprächsführung zu üben.

Die Verzahnung von Arbeitsorganisation und Kommunikation ist das Prinzip der Kerngruppenseminare.

Die Seminare machen Spaß, sind kreativ, haben Schwung und motivieren auch danach.

Die KollegInnen aus einem Betrieb bilden eine Kerngruppe mit fünf bis acht Teilnehmenden. Das Kerngruppenseminar besteht in der Regel aus zwei bis drei Kerngruppen mit insgesamt maximal 15 Teilnehmenden. Kerngruppenseminare sind als Wochen-seminare konzipiert, es ist aber auch möglich sie in zwei mal drei Tagen oder drei mal zwei Tagen durchzuführen.

Kerngruppenseminare werden dementsprechend auf konkrete Anforderung von

Vertrauensleuten vom ver.di-Bezirk, -Landesbezirk oder der ver.di-Bildungsstätten organisiert.

Das Seminar wird vor der Durchführung im Betrieb oder in der Verwaltung vom Seminarteam den interessierten KollegInnen vorgestellt.

ver.di organisiert für euch ein Kerngruppenseminar, wenn fünf KollegInnen aus eurem Betrieb:

- eine effektive Arbeitsplanung für betriebliche Gewerkschaftsaktivitäten entwickeln wollen
- und Kenntnisse in Rhetorik und Gesprächsführung erwerben möchten.

Vertrauensleutearbeit soll nicht überfordern! – Sie soll eine persönliche Herausforderung sein, die Freude macht und von der der Einzelne einen persönlichen Gewinn hat (z.B. etwas ganz Anderes tun zu können als in der zu Routine gewordenen Arbeit und dafür Anerkennung zu bekommen). Motivierend ist, wenn jeder Einzelne sich seiner Stärken bewusst ist und sich für die Aufgaben entscheidet und einsetzt, die zu einem persönlichen Erfolgserlebnis führen.

Die folgenden Anregungen sind als Unterstützung gedacht. Dadurch, dass die eigene Motivation, das Arbeitsverständnis und die Werte für die VL-Arbeit überdacht werden, erhält der Einzelne ein klareres Bild über sein Aufgaben- und Wirkungsfeld und die Unterstützung, die dafür gebraucht wird.

Klarheit über die eigene Motivation, die Stärken und konkreten Aufgaben helfen, den eigenen Qualifizierungsbedarf zu erkennen. Die Anregungen sind auch gedacht, den gegenseitigen Austausch (z.B. in Paarinterviews) zu fördern.

(Siehe auch Kapitel 4 zum Selbstverständnis).

Anregungen zur Feststellung des persönlichen Qualifizierungsbedarfs

So bin ich Vertrauensmann oder Vertrauensfrau geworden...

Das hat mich motiviert und motiviert mich immer wieder, VL-Arbeit zu machen...

Das sind meine Stärken – das kann ich besonders gut...

Das macht mir Freude und Spaß...

Das will ich tun (diese Aufgaben habe ich übernommen bzw. will ich übernehmen)...

Das brauche ich an Unterstützung, Qualifizierung...

7.2 WIE ERHEBEN WIR UNSEREN BILDUNGSBEDARF?

Die Informationen aus dem vorgestellten „Fragebogen“ können – natürlich freiwillig für jeden Einzelnen – zu einem gemeinsamen Bild zusammengeführt werden.

Unsere Motivation	Unsere Stärken	Das macht uns Freude/Spaß	Das wollen wir tun (Aufgaben)	Das brauchen wir: Qualifizierung
			ver.di-Profil im Betrieb sichtbar machen	Seminar zur Öffentlichkeitsarbeit

Eine andere Möglichkeit für eine systematische Bildungsplanung ist die Bedarfserhebung für folgendes Spektrum der VL-Arbeit:

Bildungsbedarf planen

Inhaltliche Grundqualifizierung	Methodische Qualifizierung Kernaufgaben	Inhaltliche Qualifizierung Schwerpunktthema	Methodische Qualifizierung Schwerpunktthema
Wer? Welche Seminare?	Wer? Welche Seminare?	Wer? Welche Seminare?	Wer? Welche Seminare?

Spektrum VL-Arbeit:

- Inhaltliche Grundqualifizierung für alle VL, z.B. auch zu ver.di-Strukturen
- Methodische Qualifizierung für die Kernaufgaben der VL und für Leitungsaufgaben (siehe Kapitel 4 und 5)
- Inhaltliche Grundqualifizierung für ein Schwerpunktthema zum Anstoß und zur Weiterentwicklung wirkungsvoller Gewerkschaftsarbeit
- Methodische Qualifizierung für ein Schwerpunktthema (siehe Kapitel 5 und 6).



Auch hier ist es sinnvoll nach dem Grundprinzip: Sammeln, ordnen, bewerten und entscheiden vorzugehen. Dabei sind die Erfahrungen (Stärken und Schwächen) der bisherigen Gewerkschaftsarbeit, die Informationen zu den Wirkungsbereichen und die geplanten Schwerpunktaktivitäten einzubeziehen (siehe Kapitel 5).

Ein Beispiel für das Festhalten des Bildungsbedarfs:

Soll es eine/n Bildungsbeauftragte/n geben?

In größeren Betrieben und Dienststellen empfiehlt es sich, die Aufgabe der Bildungsplanung und –organisation an eine/n Bildungsbeauftragte/n zu delegieren. Falls es einen vom Bezirk/Fachbereich organisierten überbetrieblichen Teamer/innenkreis gibt,

Festhalten des Bildungsbedarfs

Inhaltliche Grundqualifizierung	Methodische Qualifizierung Kernaufgaben	Inhaltliche Qualifizierung Schwerpunktthema	Methodische Qualifizierung Schwerpunktthema
Arbeitsrecht Arbeitsschutz Tarifrecht ver.di-Strukturen Aufgaben VL	Kommunikation Gesprächsführung Zusammenarbeit und Zielerklärung	Belastung und Stress am Arbeits- platz Gesundheitsschutz Mobbing	Befragung Projektarbeit (Gesundheits- zirkel)
Wer?	Wer?	Wer?	Wer?

Ist der Bedarf festgehalten und entschieden, was zuerst angegangen werden soll, können die entsprechenden Angebote herausgesucht bzw. mit dem ver.di-Bezirk als „maßgeschneiderte Qualifizierung“ abgeprochen werden. Bei der Anmeldung Freistellungsmöglichkeiten bzw. die Abstimmung mit dem ver.di-Bezirk oder -Bezirksfachbereich berücksichtigen und Unterstützung in Anspruch nehmen!

Seminare können in Absprache bedarfsgerecht organisiert werden (siehe 7.2).

sollten die Bildungsbeauftragten dort Mitglied sein und mitarbeiten.

Eine Kernaufgabe der Bildungsplanung liegt darin, regelmäßig die Seminarangebote des ver.di-Bezirks, -Landesbezirks oder -Fachbereichs sowie die zentralen Seminarangebote der ver.di-Bildungsstätten und ggfs. des DGB mit Blick auf den eigenen Bedarf zu überprüfen.

Eine Übersicht der ver.di-Seminarangebote gibt es unter : www.verdi-bildungsportal.de

Ist beispielsweise ein Schwerpunktthema für die VL-Arbeit bestimmt und sind konkrete Arbeitsschritte dazu festgelegt, sollte auch die benötigte Qualifizierung und Planung mit dem oder der Betreuungssekretär/in abgestimmt werden.

Zur Organisation einer betriebsnahen Bildungsarbeit gibt die Checkliste einen Überblick.

Organisation der Bildungsarbeit – Checkliste

Interne Bildungsplanung (VL-Arbeit)

- Grundqualifizierung für eine kompetente VL-Arbeit berücksichtigen

Konkreten Bedarf für VL-Arbeit feststellen

- Aufgaben, Zielsetzungen und Schwerpunktthema für die VL-Arbeit einbeziehen
- Bedarf sammeln und transparent machen

Bildungsplanung

für Mitglieder und Interessierte

- Zielgruppen für die Bildungsveranstaltungen bestimmen: interessierte Mitglieder, Neumitglieder, Vertrauensleute, BR-/PR-Mitglieder

Zielgruppen und Themen festlegen

- Sinnvolle Themen und Inhalte überlegen; dabei gewerkschaftliches Ansehen und betriebliche Probleme berücksichtigen

Anforderungen klären

- Multiplikationswirkung bedenken
- Anforderungen für ein „maßgerechtes“ Seminar festhalten

Form und Organisation mit ver.di-Bezirk klären

- Anforderungen darstellen und Machbarkeit klären
 - Betriebliche und gewerkschaftliche Experten/innen einbeziehen
 - Sinnvolle und machbare Veranstaltungsform festlegen: Kurzveranstaltung, Tagesseminar, Wochenseminar, Kinderbetreuung
 - Termine und Ort, evtl. Anfahrt, Verpflegung und Unterkunft überprüfen und klären
 - Besonderheiten der Einladung (Inhalt, Gestaltung, Verteilung, Werbung) absprechen

Freistellungsmöglichkeiten berücksichtigen

- Tarifverträge prüfen (Bildungsurlaub)

Bildungsveranstaltungen auswerten

- Festhalten, welche Ziele erreicht wurden
- Rückmeldung/Zufriedenheit der Teilnehmer/innen erfragen
- Multiplikationswirkung festhalten

Übersicht schaffen

- Wichtige Informationen übersichtlich festhalten

8. WERBUNG VON MITGLIEDERN



Vereinte
Dienstleistungs-
gewerkschaft

ARBEITSSCHWERPUNKT UND KONTINUIERLICHE AUFGABE

Werben wir für die Mitgliedschaft in einer Gewerkschaft, spielen die persönliche Ansprache und das Vorbild, dass gewerkschaftliche Werte „gelebt“ werden, die wohl wichtigste Rolle.

Noch-nicht-Mitglieder und Mitglieder einer Gewerkschaft trennen keine Welten! Gewerkschaften stehen für gesellschafts- und betriebspolitische Leistungen, von denen alle Arbeitnehmer/innen profitieren. Eine große Gruppe von Beschäftigten kann sich vorstellen, Mitglied zu werden.

Untersuchungen des DGB zeigen, dass etwa zwei Drittel der Befragten die Gewerkschaften grundsätzlich positiv einschätzen. Die meisten erachten sie als unverzichtbar oder können sich vorstellen, aktiv in einer Gewerkschaft mitzuarbeiten.

Die Frage: Wenn ich morgen angesprochen würde, einer Gewerkschaft beizutreten, würde ich (sicher) oder (vielleicht) beitreten, beantworteten positiv:

- 68 % der bis 25-Jährigen – in dieser Altersgruppe ist eine große Bereitschaft vorhanden
- 36 % der 26–45-Jährigen
- 36 % der über 45-Jährigen

Zu vermuten ist, dass die Außenwahrnehmung und Bewertung der Gewerkschaftsarbeit bei organisierten und nicht-organisierten Arbeitnehmern/innen besser ist als im eigenen Funktionskörper.

Ein weiteres Ergebnis von Befragungen gibt in diesem Zusammenhang zu denken: Ein sehr großer Prozentsatz (ca. 70 %) der Befragten geben an, sie seien bislang überhaupt noch nicht persönlich angesprochen worden.

Daraus lässt sich eine wichtige Aufgabe für Vertrauensleute ableiten, gezielt auf die Kollegen und Kolleginnen zuzugehen.

Die Werbung für ver.di – und man kann sagen „den Anstoß zu geben, was viele für sinnvoll halten“ – fällt also auf „fruchtbaren Boden“. Wir müssen die „potenziellen“ Mitglieder tatsächlich ansprechen und mit ihnen über ihre Erwartungen, die Angebote von ver.di und die Bedeutung von Gewerkschaft reden.

Mitglieder und Noch-nicht-Mitglieder erwarten ein Paket aus persönlichem Nutzen, Schutz und Sicherheit sowie einer zukunftsweisenden Tarif- und Beschäftigungspolitik.

Wie bei jeder Dienstleistung werden unterschiedliche Erwartungen und Ansprüche formuliert, z.B.:

- Welchen persönlichen Nutzen habe ich, wenn ich in die ver.di eintrete?
- Was bietet ver.di mir? Welche (Beteiligungs)Angebote kann sie machen?
- Was ist der gesellschaftliche Sinn und Zweck von Gewerkschaft?
- Was tut die ver.di, um meine und unsere Zukunft zu sichern?

Auch wer sich vorrangig einen persönlichen Nutzen (beispielsweise die rechtliche Beratung) verspricht, will die Gewissheit, dass die ver.di politisch handlungsfähig ist. Lässt man den Umworbene(n) seine Bedürfnisse und Vorbehalte formulieren, ist es leichter, mit den richtigen Argumenten zu überzeugen.

**Erwartungen
und Bedürfnisse
vermischen
sich in der Regel
miteinander.**

**Sich auf
seine Gesprächs-
partner/innen
einlassen**

8.1 DAS WERBEGESPRÄCH

Beim Werbegespräch kommt es insbesondere auf das Wie – die positive Gesprächsführung – an. Wichtig ist, sich auf seine Gesprächspartner/innen einzulassen und zu erkennen, auf welche Art ich sie ansprechen sollte. Dabei sollte ich sowohl behutsam (welche Bedürfnisse und Motive herrschen vor?) als auch zielstrebig (ich will ja schließlich mein Ziel erreichen) vorgehen. Wer Werbegespräche führt, muss für ein positives Gesprächsklima sorgen und die Kommunikationsregeln beachten (siehe Abschnitt 6.3)

Anregungen für die positive Atmosphäre in Werbegesprächen: Kommunikationsebenen und -regeln

■ **Beziehungsebene:**

Die positive Grundhaltung ist entscheidend und das heißt: die Umworbene in ihrer Persönlichkeit wertschätzen.

Mein Interesse an dir ist „echt“. Ich will dich nicht überrumpeln.

Das müssen die Umworbene spüren.

■ **Dialog statt Monolog!**

Im Gespräch sind die Umworbene die wichtigsten Personen, und nicht ich.

Ich stelle mich auf mein Gegenüber ein und frage nach den Interessen, Wünschen und auch nach Kritik. Ich hole die Umworbene dort ab, „wo sie stehen“, beispielsweise bei ihren Bedenken.

■ **Sachebene:**

Gemeinsame Bezugspunkte finden und mit Fragen beginnen: Was halten sie/hältst du von unserer letzten Aktion zur ...?

Ich informiere verständlich darüber, was die ver.di zu bieten hat und rege zu Fragen an. Ich vermittele den gewerk-

schaftlichen Grundkonsens und überzeuge, indem ich mein eigenes Engagement rüberbringe. Ich bin klar in meiner Argumentation und vermittele den Umworbene eine Perspektive.

■ **Selbstmitteilung:**

Ich spiele mit „offenen Karten“ und sage, was ich will.

Ich verfolge ein Ziel: den positiven Abschluss des Werbegesprächs. Mir ist dabei wichtig, dass es zu einem konstruktiven Austausch kommt.

■ **Appell:**

Du bist uns wichtig und wir brauchen dich!

Jedes Mitglied ist wichtig und stärkt eine Gewerkschaft.

Nicht jeder kann mit jedem! Das ist gerade auch bei Werbegesprächen zu berücksichtigen. Wenn es persönliche Vorbehalte gibt (die Beziehungsebene gestört ist), kann es zu keinem guten Gespräch kommen.

Wenn ich werbe, sollte ich mein Ziel – die Unterschrift unter den Mitgliedsantrag – vor Augen haben. Ich stelle mich deshalb flexibel auf die Umworbene ein, lasse ihnen viel Raum und bin trotzdem zielstrebig in der Sache.

Ein deutliches Zeichen für einen positiven Verlauf ist normalerweise die Frage nach dem Beitrag. Wenn dieser Punkt geklärt ist, sollte das Beitrittsformular überreicht werden:
„Wenn jetzt keine Fragen mehr offen sind, spricht doch alles dafür, das Beitrittsformular auszufüllen.“

Viele Menschen können sich nicht gleich entscheiden, sondern wollen erst eine Nacht darüber schlafen. Das muss man respektieren. Dann sollten wir uns für das Gespräch bedanken und Übereinstimmungspunkte zusammenfassen. Wird dabei noch ein neuer Gesprächstermin vereinbart, ist auch das ein Erfolg.

Worauf sollte ich mich beim Gesprächsverlauf argumentativ einstellen?

Abhängig vom Interesse der Umworbene(n) und von den Anknüpfungspunkten, die sich beim Gesprächseinstieg eröffnen, bieten sich zwei argumentative Vorgehensweisen für den Gesprächsverlauf an:

1. Wenn das Interesse der Umworbene(n) der engere arbeitsplatzbezogene Bereich ist, knüpfe ich daran an und lenke im Gesprächsverlauf Schritt für Schritt auf die damit zusammenhängenden überbetrieblichen Fragen.
2. Wenn eine überbetriebliche, gesellschaftspolitische Frage der Ausgangspunkt ist, konkretisiere ich Schritt für Schritt auf die betriebliche Ebene.

Wie gehe ich mit Einwänden, Fragen und Vorurteilen um?

Man kann die zu erwartenden Einwände und Vorurteile in fünf Kategorien einordnen:

Neuer und alter Individualismus

(Beispiel: Ich regle meine Angelegenheit selbst.)

Es gibt unterschiedliche Bedürfnisse und Lebensstile, und gegenüber Großorganisationen hat sich Skepsis breit gemacht. Das ist einerseits so – dennoch gewinnt auch sinnstiftendes, gemeinsames Handeln wieder an Bedeutung.

Gesellschaft im Wandel

(Beispiel: Gewerkschaften bieten keine Perspektive mehr.)

Handlungsfähige Gewerkschaften werden als Regulativ gebraucht. Sonst ist der Sozialstaat gefährdet, werden Rechte von Arbeitnehmern/innen eingeschränkt, u.v.m.

Tarifpolitik

(Beispiel: Auch eure Bosse machen, was sie wollen.)

Tarifpolitik ist Dauerbrenner in Werbegesprächen, denn die Beschäftigten setzen Gewerkschaft mit Tarifpolitik gleich. Tarifpolitik sollte anhand aktueller Beispiele diskutiert werden. Mit konkreten Beispielen lässt sich am besten darstellen, warum eine bestimmte Forderung aufgestellt wurde und welche Argumente dabei eine Rolle spielen.

Persönliche Befürchtungen

(Beispiel: Wenn ich Mitglied bin, stehe ich auf der Abschlusliste.)

Sie sind nachvollziehbar und widerlegbar. Zwar steigt der Druck am Arbeitsplatz, gibt es eine hohe Arbeitslosigkeit und die Angst um die Sicherheit des eigenen Arbeitsplatzes ist groß. Auch die Befürchtung, dass ein Gewerkschaftsbeitritt beruflich schaden könnte, sollte man nicht einfach vom Tisch fegen.

Kosten-Nutzen-Rechnung

(Beispiel: Das bringt doch nichts für mich.)

Die Frage nach den Vorteilen spielt in Werbegesprächen eine zentrale Rolle. Oft steht sie am Anfang eines Werbegesprächs. Es ist dann wichtig, das ganze Leistungspaket zu nennen: die mitgliedernahe Tarifpolitik und die politischen Erfolge, die berufsfachliche Interessenvertretung und den mitgliedernahen Service mit besonderen Angeboten und Satzungsleistungen.

*Einwände,
Fragen,
Vorurteile*

Vorurteilen sollte man nicht ausweichen oder ängstlich gegenüberstehen. Auch hier gilt es, sachlich und ruhig zu bleiben. Denn meist steckt hinter einem Vorurteil nur eine Unsicherheit.

Die Broschüre „Überzeugen statt überreden – Die besseren Argumente für das Werbegespräch“ gibt Anregungen und Argumentationshilfen zu den typischen Einwänden und Vorbehalten gegen einen Eintritt in die Gewerkschaft.

Herausgeberin: ver.di e.V.
Bundesvorstand Mitgliederwerbung

Wie führe ich ein gutes Gespräch? – Checkliste

Den richtigen Zeitpunkt wählen

- Kann das Gespräch ungestört stattfinden?
- Haben meine Gesprächspartner/innen Zeit und Ruhe, sich auf das Gespräch einzulassen?

In das Gespräch einstimmen

- Gesprächspartner/innen mit Namen anreden
- Freundlich und natürlich auftreten

Sich auf die Gesprächspartner/innen einstellen

- Gesprächspartner/innen Raum lassen, sich mitzuteilen
- Offene Fragen stellen
(z.B.: Was ist in der letzten Zeit Wichtiges passiert?)
- Einstellungen, Erwartungen und Wünsche herausfinden

Sachlich und verständlich informieren

- Auf Fakten und Zahlen setzen
- Zugeben, wenn man „das jetzt nicht weiß“
- Notizen machen und absprechen, dass die Information beim nächsten Gespräch nachgereicht wird

Mit nachvollziehbaren Argumenten überzeugen

- Aktiv zuhören und Verständnis zeigen
- Eigene Argumentation den Argumenten der Partner/innen anpassen, Schlagworte vermeiden

An die Mithilfe zur Problemlösung appellieren

- An aktuelle Anlässe oder Probleme anknüpfen
- Veränderungsbedarf diskutieren
- Beteiligungsmöglichkeiten ausloten
- Keine Versprechungen machen, die nicht eingehalten werden können

Sich ruhig und sachlich mit Kritik auseinander setzen

- Kolleg/innen aus negativer Kritik heraus helfen und nach Verbesserungsvorschlägen fragen

8.2 DIE WERBEAKTION

Werbeaktion bedeutet immer eine zeitlich befristete, gezielte Aktion, die der Planung und Vorbereitung bedarf und dann auch mit aller Kraft durchgeführt wird. Wichtig ist ein systematisches Vorgehen.

Dazu stellen wir zwei Beispiele vor. Eine Checkliste fasst Aktivitäten der Werbearbeit zusammen.

Beispiel 1 – in Anlehnung an Erfahrungen des Bezirks Bremen

Ziele/systematisches Vorgehen	Konsequenzen/Maßnahmen/Erfahrungen
1. Schritt: Bestandsaufnahme Die bisherige Mitgliederentwicklung und Werbearbeit wurde unter die Lupe genommen.	Schlussfolgerungen waren: <ul style="list-style-type: none"> ■ Aktion statt Appell ■ Zielbetrieb statt allgemeine Zielsetzung ■ Einsatz von Hauptamtlichen als Werber/innen ■ Zusammenarbeit mit externen Experten/innen
2. Schritt: die Arbeits- und Organisationsform	Es wurde eine Projektgruppe gegründet. Das Werbeteam war zusammengesetzt aus Gewerkschaftssekretären/innen, der zuständigen Verwaltungsangestellten und Ehrenamtlichen des Zielbetriebes.
3. Schritt: die Planung	Die Informationsaufbereitung und konkrete Planung leistete die Projektgruppe auf einem Seminar (angelehnt an das Kerngruppenkonzept).
4. Schritt: die Motivation	Um die Angst zu nehmen, Schüchternheit abzustreifen und Sicherheit für das persönliche Werbegespräch zu bekommen, absolvierte das Team ein mehrtägiges Kommunikationstraining.
5. Schritt: die Durchführung	Es gab eine mehrtägige, konzentrierte Aktion im Zielbetrieb. Noch-nicht-Mitglieder wurden persönlich angesprochen und geworben.
6. Schritt: die Auswertung	Die Erfahrungen wurden kritisch aufgearbeitet. Ergebnis: Was war erfolgreich?

Beispiel 2: Schrittweiser Ablauf von systematischer Mitgliederwerbung in Anlehnung an Erfahrungen des Bezirks Hannover

Ziele/systematisches Vorgehen	Konsequenzen/Maßnahmen/Erfahrungen
<p>1. Startphase</p>	<p>Diskussion in der mitgliederoffenen VL-Versammlung zu den Punkten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Mitgliederentwicklung im Betrieb ■ Erste Konzeptüberlegungen und Zielgruppenauswahl unter Berücksichtigung des Organisationsgrades ■ Gewerkschaftliche Strukturen; vorhandene Potenziale ■ Bildung einer Arbeitsgruppe <p>Absprache mit Mitgliedern der AG</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Anknüpfungspunkte finden (Themen, Interessen, Konflikte?) <p>Interessierte zu einem Tages-Schnupper-Seminar einladen</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Möglichkeiten und Rahmen abstecken; Unterstützungs- und Qualifizierungsbedarf klären <p>Bildung eines betrieblichen Werbeteams</p>
<p>2. Bestandsaufnahme</p>	<p>Informationen sammeln und auswerten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Erfahrungen mit der Mitgliederwerbung ■ Daten sammeln: Abteilungen, Beschäftigte, Organisationsgrade, Wirkungsbereiche, PR, BR, VL, ... ■ Stärken und Schwächen der gewerkschaftlichen Betriebsarbeit, Interessenvertretung feststellen ■ Gewerkschaftsprofil: Wie wird unsere Gewerkschaft betrieblich erlebt? ■ Themen und Probleme herausfinden, die für die Mitgliederwerbung (kompetent) genutzt werden
<p>3. Zielfestlegung</p>	<p>Ziele konkret fassen und in eine Reihenfolge bringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ So genau wie möglich und realistisch wie nötig! ■ Abteilung, Bereiche und Zielgruppen bestimmen ■ Anlässe, Themen und Konflikte und überbetriebliche Ereignisse einbeziehen ■ Ziele gewichten und Reihenfolge bilden: inhaltlich/zeitlich

<p>4. Maßnahmenplanung</p>	<p>Was ist zu tun:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ zur Mitgliederentwicklung; Entwicklung der gewerkschaftlichen Betriebspolitik <p>Maßnahmenplan erstellen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Aufgabenstellungen in konkrete Arbeitsschritte auffächern ■ Erforderliche Materialien aussuchen und zuordnen ■ Verantwortlichkeiten festlegen ■ Wie kann überprüft werden, ob das Geplante erreicht wurde? ■ Einzelne Ideen und Überlegungen in den Gremien (z.B. VL, BR) diskutieren, bevor sie festgelegt werden
<p>5. Durchführung</p>	<p>Voraussetzungen für einen guten Ablauf schaffen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Versorgung gewährleisten ■ Ansprechpartner und Hilfestellung für Probleme und Konflikte bereit stellen ■ Zwischenbesprechungen und Austausch einplanen ■ Zeit für Erholung und Entspannung einplanen
<p>6. Nachfassaktion (Controlling)</p>	<p>Zwischenbilanz ziehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Wie haben die Aufgaben/Arbeitsschritte geklappt? ■ Was lief gut, was weniger gut? Wo liegen Stärken, wo Schwächen? <p>Weitere Schritte planen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Was ist notwendig – angebracht? ■ Wer könnte was mit wem tun? <p>Betriebliche und gewerkschaftliche (Bezirks-)Ebene zusammenführen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Was muss auf welcher Ebene noch passieren?
<p>7. Auswertung</p>	<p>Das Erreichte (Etappenziele) zwischendurch auswerten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Wer hat den Ablauf wie erlebt? Wie wurde die persönliche Ansprache erlebt? ■ Wo lief es gut – wo waren die Hemmnisse? ■ Wie werden Ergebnis, Verlauf, Zielsetzungen eingeschätzt? ■ Wodurch traten zu welchem Zeitpunkt Probleme auf? Welche Probleme und wie können sie behoben werden? ■ Informationsfluss: umfassend, zeitnah, für alle Beteiligten o.k.? ■ Haben sich die eingesetzten Materialien bewährt? ■ Wem, wie u. wann wollen wir unsere Erfahrungen berichten?

Aktivitäten für und Organisation von Mitgliederwerbung – Checkliste

Bestandsaufnahme vornehmen

- Wie ist unsere bisherige Mitgliederwerbung gelaufen?
- Was fällt auf? Bestimmte Tendenzen oder Auffälligkeiten in Betriebs- und Wirkungsbereichen?

Ist-Situation festhalten

- Wie schätzen wir die Stimmung der Kollegen/innen ein?
- Auswertung festhalten

Ziele festlegen: Was wollen wir mit unserer Werbearbeit erreichen?

- Wo gibt es Handlungsbedarf?
- Welche Ressourcen haben wir?

Die Werbearbeit oder Werbeaktion planen

- Projektgruppe gründen
- Welche Maßnahmen soll es geben? (z.B. persönlicher Werbebrief?)
- Welche Werbematerialien wollen wir einsetzen?
- Welche Unterstützung brauchen wir?
- Wie soll das Zusammenspiel mit dem ver.di-Bezirk oder -Fachbereich aussehen?
- Wie können wir uns gegenseitig stärken?
- Welche Qualifizierung brauchen wir?
- Wie sollen die neu gewonnen Mitglieder „betreut“ werden?

Werbegespräche durchführen

- Erfahrungen kontinuierlich austauschen
- Sich gegenseitig stützen und „Frust“ loswerden

Zwischenbilanz und Auswertung der Aktivitäten

- Was ist gut gelaufen: Erfolgsbilanz
- Was ist nicht so gut gelaufen? Und wie können wir das verbessern?
- Was hat die Aktion für uns Vertrauensleute gebracht (persönliche Selbstsicherheit, neues Wissen)?

Wie soll es weitergehen?

- Wie wollen wir weiterwerben?
- Welche konkreten Ziele haben wir?
- Welche Aufgaben ergeben sich für uns daraus (z.B. Gestaltung eines kontinuierlichen Erfahrungsaustausches zu den Werbemaßnahmen)?

Die Broschüren
„Die Werbeaktion – Bewährt: Das Stufenmodell“
und
„Die tägliche Werbearbeit – Von der Situationsanalyse bis zum Werbeplan“
sowie
die CD **„Mitgliederwerbung – Eine runde Sache“**
und
die CD **„Medien gestalten“**
geben weitere Anregungen und Unterstützung für die Mitgliederwerbung.

Herausgeberin: ver.di e.V.
Bundesvorstand Mitgliederwerbung
Potsdamer Platz 10, 10785 Berlin
V.i.S.d.P. Peter Bock

Zu ergänzen: Was ist noch wichtig?

9. TUE GUTES UND REDE DRÜBER



Vereinte
Dienstleistungs-
gewerkschaft

INFORMATIONEN- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Erst mit der Information über gewerkschaftliche Aktivitäten werden diese transparent. Für gewerkschaftliche Öffentlichkeitsarbeit gibt es viele gute Gründe:

1. Gewerkschaftliche Gegenöffentlichkeit schafft Klarheit und bricht das Informationsmonopol des Arbeitgebers.
2. Die Arbeitgeber-Informationen analysieren und bewerten – und klarstellen, was verschwiegen wird. Die Beschäftigten bekommen eine zusätzliche Perspektive und damit ein umfassenderes Bild. Die eigene Meinungsbildung wird verbessert.
3. Das gewerkschaftliche Engagement fördern – nur wer kontinuierlich informiert wird, ist motiviert und engagiert sich.
4. Information erhöht die Transparenz – über das, was getan und geleistet wird. Zu informieren ist eine „Bringschuld“.
5. Jeder Erfolg ist eine Meldung wert – wer seine gute Arbeit öffentlich macht, der fördert sein Image und das der ver.di.
6. Information stärkt das Rückgrad Eine informierte und aufgeklärte Belegschaft ist motiviert, Druck zu machen.
7. Informieren heißt, Mitglieder werben – denn man bleibt im Gespräch, weckt Interesse und kann die eigene Kompetenz darstellen.
8. Betriebszeitungen sind näher dran. Sie sind brandaktuell, exklusiv und erreichen die Beschäftigten, indem sie genau das aufgreifen, was im Betrieb oder in der Verwaltung los ist und unter den „Nägeln brennt“.
9. Zusammenhalt der ver.di-Mitglieder stärken – Infoblätter, Betriebszeitungen und Flugblätter lassen das Wir-Gefühl wachsen. Warum nicht stolz sein auf die gemeinsamen Erfolge!
10. Informationsmaterial baut Brücken – in großen Betrieben ist das persönliche Gespräch oft schwierig. Regelmäßiges Infomaterial schafft und erhält den Kontakt.
11. Gewerkschaften müssen in der Mediengesellschaft präsent sein. Neben den Inhalten spielt heute die ansprechende Form und die professionelle Gestaltung eine immer größere Rolle.
12. Strategisches Instrument für ver.di-Betriebsgruppen – gutes Informieren macht Arbeit, wird aber belohnt: beispielsweise durch engagierte Kollegen/innen und eine größere Solidarität.

9.1 KURZ UND KNAPP: RECHTLICHE HINWEISE

Schon sehr früh hat das Bundesarbeitsgericht (BAG) klargestellt:

„In den Betriebsräumen spielt sich das Arbeitsleben ab, und dort werden die Leistungen erbracht, für die Arbeitnehmer tarifrechtlich entlohnt werden. Dort tauchen die Fragen auf, die sich aus der Zusammenarbeit zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer untereinander ergeben. Deshalb gehört es zum Kernbereich der verfassungsrechtlich den Koalitionen zugebilligten Werbe- und Informationsfreiheit, auch und gerade im Betrieb ihre Mitglieder zu informieren und neue Mitglieder zu werben.“

Nach Rechtssprechung des Bundesverfassungsgerichtes umfasst die Koalitionsfreiheit nicht nur die „unerlässlichen“, sondern alle Mittel, „von deren Einsatz die Verfolgung des Vereinigungszweckes abhängt“. Dazu zählt insbesondere die Werbung und Information im Betrieb.

Eine Abmahnung, die ausgesprochen wird, weil ein Arbeitnehmer im Betrieb während der Arbeitszeit geworben hat, verletzt den Arbeitnehmer in seinem Grundrecht nach Art.9 (3) GG. (BVerfG, 14.11.1995 / AiB 1996, 134).

Informationsbrett

Die Gewerkschaft hat das Recht, ihre Informationen an den Informationsbrettern des Betriebes auszuhängen. Reichen die Anschlagflächen nicht aus, so sind nach einem Urteil von 1972 weitere Anschlagflächen zur Verfügung zu stellen. Will der Betrieb oder die Verwaltung keine weiteren Informationsbretter anbringen, so muss der ver.di zumindest der Platz zur Verfügung gestellt werden, an dem sie ihr eigenes Infobrett anbringen kann.

Plakate

Zum gewerkschaftlichen Werberecht gehört es auch, im Betrieb Plakate aufzuhängen. Das haben Urteile bestätigt. Wenn die Plakate für die Informationsbretter zu groß sind, muss eine Verständigung mit dem Arbeitgeber gesucht werden, wo genau die Plakate aufgehängt werden können.

Flugblatt

Flugblatt und anderes gewerkschaftliches Infomaterial dürfen vor dem Tor und im Betrieb verteilt werden.

Anstecknadeln, Plaketten

Während der Arbeitszeit dürfen die Gewerkschaftsmitglieder an ihrer Arbeitskleidung Anstecknadeln und Plaketten tragen, mit denen sie auf ihre Mitgliedschaft oder auf bestimmte gewerkschaftliche Forderungen hinweisen.

Persönliches Werbegespräch

Das persönliche Werbegespräch kann man gar nicht überschätzen und es ist durch nichts zu ersetzen. Ein Gespräch ist ein gegenseitiger Austausch – und nicht wie ein schriftlicher Text eine Einbahnkommunikation. Gespräche bieten die Gelegenheit für direkte Rückfragen und ermöglichen einen offenen Dialog. Sie sind das wichtigste Werbemittel und jederzeit – auch während der Arbeitszeit – zulässig mit der Einschränkung, dass dadurch die Arbeitsleistung nicht beeinträchtigt wird.

Auch Unterschriftenaktionen werden vom gewerkschaftlichen Werbe- und Informationsrecht gedeckt und sind zulässig (ausführlich 9.2).

Über welche Themen darf die Gewerkschaft informieren?

Die Gewerkschaft darf alle Fragen ansprechen, die die Arbeits- und Wirtschaftsbedingungen betreffen.

In einer Betriebszeitung dürfen also kritische Auseinandersetzungen mit dem Arbeitgeberverhalten stattfinden, die Gewinnentwicklung analysiert, eigene Forderungen abgeleitet oder die Vernichtung von Arbeitsplätzen kritisiert werden.

Vom Bundesarbeitsgericht festgelegt ist auch, dass Gewerkschaften im Betrieb keine Informationsmaterialien verbreiten dürfen, die einen eindeutig parteipolitischen Inhalt haben. Zulässig sind allgemeinerpolitische Äußerungen, die die Arbeits- und Wirtschaftsbedingungen betreffen.

Eine Betriebszeitung darf z.B. nicht für eine politische Partei oder deren KandidatInnen werben. Sie darf die Wirtschafts- und Sozialpolitik der Regierung kritisieren.

Im Betrieb gibt es unterschiedliche Möglichkeiten, mündlich zu informieren:

Einzelgespräche am Arbeitsplatz:

optimal (aber zeitintensiv), um Beschäftigte zu informieren und mit ihnen zu diskutieren.

Betriebsrundgänge:

ermöglichen kürzere Gespräche in kleinen Gruppen.

Sprechstunden:

Alle Beschäftigten dürfen die Sprechstunden des BR/PR zur Information während der Arbeitszeit aufsuchen. Die Personenzahl ist nicht beschränkt – und es können sich Abteilungen und Gruppen gleichzeitig zum Informationsbesuch entschließen.

So kann eine gute Öffentlichkeitsarbeit aussehen:

- Gespräche mit den Beschäftigten führen und regelmäßige Sprechstunden anbieten
- Plakate der ver.di aushängen und damit für ver.di werben
- Ein „Buntes Brett“ vom Arbeitgeber anschaffen lassen und nutzen
- Eine eigene Internetseite gestalten
- Flugblätter zu aktuellen betrieblichen Themen erstellen und verteilen
- Fragebogenaktionen sorgfältig planen und durchführen
- Gemeinsam die Betriebs- oder Personalversammlung planen und vorbereiten und diese lebendiger gestalten
- Betriebliche Mitgliederversammlungen zu aktuellen Themen durchführen und dazu auch Noch-nicht-Mitglieder einladen
- Projekte zu wichtigen, interessanten Themen planen; Betroffene hierzu ansprechen
- Feste organisieren (z.B. Radtouren, Sommerfeste, ...)
- Eine Betriebszeitung herausgeben

9.2 AKTIVES ZUHÖREN IM PERSÖNLICHEN GESPRÄCH

Stimmt die Atmosphäre, wird ein Gespräch auch gut. Ein positives Gesprächsklima braucht den richtigen Zeitpunkt. Niemand kann sich entspannt auf ein Gespräch einlassen, wenn Zeitdruck besteht oder Nachteile dadurch befürchtet werden.

Leitfragen

Die Grundregeln für ein positives Gespräch finden sich im Abschnitt zur Kommunikation und zum Werbegespräch. Positiv bedeutet nicht, dass man nicht über unterschiedliche Ansichten „streiten“ kann.

Aktives Zuhören

Eine wichtige Technik der Gesprächsführung ist das aktive Zuhören, mit dem wir uns auf das konzentrieren, was die Gesprächspartner/innen uns mitteilen. Unsere eigenen Ansichten und Wertungen stellen wir zunächst zurück.

Wir fassen das zusammen, was wir gehört (und gesehen) haben, und wiederholen in wenigen Worten das Wichtigste. Das signalisiert, dass wir gut zuhören und wirklich interessiert sind.

Beziehen wir uns dabei auf die Sachebene, können wir bewirken, dass keine sachlichen Missverständnisse entstehen („So habe ich dich verstanden...“).

Zusätzlich können wir die Stimmung ansprechen und darüber eine Rückmeldung geben.

Durch das aktive Zuhören ist es auch möglich, Zeit zu gewinnen, wenn wir eine Pause zum Überlegen brauchen, z.B. in einem Werbegespräch für eine gute Argumentation.

Ich-Botschaften geben

Den eigenen Gefühlen und Überzeugungen Ausdruck verleihen wir mehr Ausdruck und sind damit glaubhafter, wenn wir uns nicht hinter dem unpersönlichen „man“ verstecken. Das ist bei Konflikten, Missverständnissen und beim Feedback-Geben wichtig.

Leitfragen zur Vorbereitung eines Gesprächs:

- Worüber möchte ich sprechen? (Thema)
- Welches Ziel habe ich?
(Infos bekommen, aktivieren, werben?)
- Welche Möglichkeiten habe ich, das Ziel zu erreichen?
- Was erwartet mein Gesprächspartner oder meine Gesprächspartnerin von mir?
- Welche Argumente könnten kommen – worauf muss ich mich einstellen?
- Welche Probleme könnten im Gespräch auf mich zukommen? (z.B. Kritik)
- Wie könnte ich mit diesen Problemen umgehen?
- Wann und wo sollte das Gespräch stattfinden?

9.3 BETRIEBS- UND PERSONALVERSAMMLUNGEN

Leider laufen noch viele Betriebs- und Personalversammlungen wenig abwechslungsreich und uninteressant ab. Das ist dann an der Teilnahme abzulesen.

Was spricht dagegen, Betriebs- und Personalversammlungen attraktiver zu gestalten? Zugegeben – es macht zunächst mehr Mühe, nach neuen Formen der Gestaltung zu suchen. Aber es kann viel Spaß machen, neue Ideen auszuprobieren, um die Kollegen und Kolleginnen stärker einzubeziehen.

Wenn eine Betriebs-/Personalversammlung ein wirksames Instrument für die gewerkschaftliche Informationsarbeit werden soll, dann hängt das davon ab, wie engagiert die Vertrauensleute mitmachen.

Eine gute Vorbereitung fängt mit der Wahl des richtigen Zeitpunkts an, damit möglichst viele Beschäftigte teilnehmen können. Also Urlaubszeiten, Feiertage, Fußballspiele usw. beachten.

Sinnvoll ist, schon vor der Vorbereitungssitzung in Rundgängen oder persönlichen Gesprächen, die wichtigen Themen der Kollegen und Kolleginnen anzusprechen und zu diskutieren. Ein wichtiges Ziel ist ja, dass sich viele zu Wort melden, um deutlich zu machen, was die Belegschaft denkt.

Die Checkliste ist eine Hilfestellung zur gemeinsamen Vorbereitung von Personal- oder Betriebsversammlungen.

Vorbereitung von Betriebs- und Personalversammlungen – Checkliste

Themen festlegen

- Aktuelle Probleme sammeln
- Themen und Probleme der Kollegen/innen berücksichtigen
- Probleme bewerten:
 - Was ist uns wichtig?
 - Was muss auf jeden Fall in der Versammlung diskutiert werden?
 - Welche Anfragen wollen wir an die Geschäftsleitung richten?
 - Was wollen wir erreichen: informieren, mobilisieren?
- Schwerpunkte setzen
- Evtl. Arbeitsgruppen zur konkreten Vorbereitung der einzelnen Schwerpunkte bilden
- Ideen für die „peppige“ Gestaltung der Einladung sammeln und Aufgaben verteilen
- Absprechen, welche Informationen den Beschäftigten vorab gegeben werden (z.B. in der Betriebszeitung, auf den „Bunten Brettern“)
- Ideen sammeln, wie die Versammlung attraktiv gestaltet werden kann (z.B. Diskussionsrunden mit Experten)

Ablauf der Versammlung festlegen

- Tagesordnung festlegen
- Dauer der Tagesordnungspunkte festlegen
- Medieneinsatz planen (evtl. Film)

Organisatorisches klären

- Termin und Ort festlegen
- Gewerkschaftssekretär/in, Sachverständige und Geschäftsleitung einladen
 - Aufgaben für die Durchführung der Versammlung verteilen (Versammlungsleitung, Redebeiträge, Redeliste)

Zu ergänzen: Was ist noch wichtig?

Wie kann eine Versammlung (Betriebs-/Personalversammlung, Mitgliederversammlung) spannend und unterhaltsam werden?

Eine Talk-Show ausprobieren:

Es gibt eine Gesprächsrunde um einen Tisch herum und eine Diskussionsleitung. Die Diskussionsleitung bittet die Teilnehmenden der Gesprächsrunde, ihre Positionen zum Thema darzustellen. Es werden keine langatmigen Reden geschwungen, sondern kurze, auf den Punkt gebrachte Statements abgegeben.

Das muss vorher gut abgesprochen sein. Lange „Grundsatzreferate“ sind nicht erlaubt, so dass die Kollegen und Kolleginnen nicht mit Informationen überschüttet werden. Sie werden durch die Lebendigkeit stärker ermuntert, sich einzumischen, zu diskutieren, Fragen zu stellen, Stellung zu beziehen.

Die Beteiligung kann gefördert werden, wenn ein Austausch im kleinen Kreis vorangeht (z.B. zu dritt – so wie man nebeneinander sitzt). Wenn dann noch einige zu ihren Diskussionsergebnissen aus der Gruppe gefragt werden, ist ein reger und spannender Austausch möglich.

Das Reden erleichtern:

Sich auf den Weg machen zu müssen zum Redepult oder aufgestellten Mikrofon kann sehr bremsen und die Diskussionsbereitschaft hemmen. Besser ist es, den Kollegen/innen ein (möglichst) drahtloses Mikrofon zu reichen und sie nach ihrer Meinung zu fragen. Dies sollte aber vorher angekündigt werden, so dass das Publikum nicht überfordert wird.

Entsprechende technische Anlagen können ausgeliehen werden – es lohnt sich bei der ver.di oder dem DGB nachzufragen.

Zum unkomplizierten Meinungs austausch regen auch „Graffiti-Wände“ an: Auf Wandzeitungen schreiben die Teilnehmenden ihre Meinungen oder Wünsche zu vorgesehenen Themen auf, beispielsweise zu Beginn der Veranstaltung.

Interessante Punkte/Erfahrungen aus der Graffiti-Wand herauszugreifen und damit die Diskussion zum Thema einzuleiten – das motiviert die Teilnehmenden, sich zu beteiligen.

Weitere Tipps für die Aussprache:

- möglichst oft während der Versammlung Diskussionsbeiträge zulassen; Aussprachen mindestens nach jedem Tagesordnungspunkt zulassen
- offene Einstiegs- und Diskussionsfragen stellen
- Kollegen und Kolleginnen ausreden lassen, evtl. Fragen und Probleme sammeln und diese im Zusammenhang beantworten
- Kritik und Angriffen zuhören und keine Verteidigungshaltung einnehmen
- Forderungen und Vorschläge aufgreifen
- Unsichere Kollegen und Kolleginnen bestärken
- Unterschiedliche Interessen von Arbeitgeber und Arbeitnehmern/innen deutlich machen und die Position der Interessenvertretung erläutern

Medien nutzen

Diaserien und Filme nutzen, um Themen wie Gesundheitsvorsorge, Unfallschutz oder Suchtprävention darzustellen. Allerdings erfordert das bei größeren Versammlungen einen hohen technischen Aufwand. Auf jeden Fall die technischen Möglichkeiten, die der Arbeitgeber bietet, für die Betriebs- und Personalversammlung in Anspruch nehmen!

Fachleute einladen

Diese können beispielsweise einen Part in der Talkshow übernehmen oder als Experten/Innen in die Themen einführen und informieren (z.B. Ärztinnen zum Gesundheitsschutz).

Wenn es betriebliche Expertinnen gibt, sind diese vorrangig einzuladen. Sie kennen nämlich die konkrete betriebliche Situation und werden häufig eher akzeptiert als externe Fachleute.

Kreative Potenziale nutzen

Viele Kollegen und Kolleginnen haben Hobbys und können eine Versammlung „künstlerisch beleben“ und damit auch das Gemeinschaftsgefühl fördern. Nichts spricht dagegen, Szenen aus dem betrieblichen Alltag zu spielen oder ein Zauberkunststück zur Entspannung vorzuführen.

Hinweise zur Durchführung einer Versammlung sind in der Checkliste zusammengefasst.

Durchführung von Betriebs- und Personalversammlungen – Checkliste

Organisatorisches überprüfen

- Material bereithalten
- Technische Hilfsmittel überprüfen (Mikrofon, Projektor usw.)

Versammlungsablauf erläutern

- Begrüßung, Vorstellung
- Tagesordnung vorstellen und abstimmen
- Rahmenbedingungen nennen (Versammlungsleitung, Rednerliste, Zeitplan, Redezeitbegrenzung)

Tagesordnungspunkte nacheinander abhandeln

- Kurze Überleitung zum jeweiligen Tagesordnungspunkt geben
- Tagesordnungspunkt darstellen

- Beispiel Gesundheitsschutz:
 - Wie ist die Situation? (Krankenstand, Arbeitsbelastungen durch einen Vertrauensmann darstellen lassen)
 - Welche Maßnahmen zur Gesundheitsförderung gibt es? (durch Experten der Krankenkasse darstellen lassen)
 - Beispiele und Erfahrungen zu Gesundheitsprojekten (Film)
- Diskussionspunkte vorschlagen (Vorstellungen und Wünsche zu Gesundheitsprojekten im Betrieb, Handlungsschritte)
- Bei Abweichungen auf das Thema zurückführen
- Ergebnisse zusammenfassen und festhalten (z.B. Meinungsbild, weiteres Vorgehen, Beschluss)

Solidarisch diskutieren

- Beiträge von Kollegen/Innen aufgreifen
- Gemeinsame Interessenlage verdeutlichen
- Keine Verteidigungshaltung einnehmen
Angriffen und Kritik erst einmal zuhören nicht sofort auf jeden Beitrag antworten
- Kollegen/Innen vor Angriffen schützen
- Zum gemeinsamen Handeln auffordern

Umgang mit der Geschäftsleitung aktiv gestalten

- Arbeitgeber-Argumente entkräften
- Taktiken aufdecken (Spalten, Drohen, Ablenken)
- Auf konkreten Antworten bestehen (Ja-Nein-Fragen stellen)
- Redezeitbegrenzung auch für die Geschäftsleitung
- Versammlungsleitung nicht aus der Hand nehmen lassen

**Oberstes Gebot ist
die gute Lesbarkeit**

9.4 INFORMIEREN DURCH SCHRIFTLICHE MEDIEN

Vertrauensleute haben die Aufgabe, die Belegschaft schnell und umfassend über betriebliche Vorgänge zu informieren. Als Kommunikationsmittel dienen dabei Flugblätter, Betriebszeitungen, Aushänge am „Bunten Brett“ oder auch eigene Internetseiten. Es gibt ein Bedürfnis der Kollegen und Kolleginnen nach kritischen und fundierten innerbetrieblichen Informationen. Und es gibt auch ein Bedürfnis, sich selbst – z.B. in Artikeln oder Leserbriefen – an der innerbetrieblichen Öffentlichkeitsarbeit zu beteiligen.

Gerade bei der schriftlichen Information gilt es, einige Grundregeln zu beachten. Oberstes Gebot ist die gute Lesbarkeit.

Dabei gilt es:

- eine gute Lesbarkeit herzustellen durch Verwendung von Druckschrift oder einfachen Schrifttypen, z.B. Helvetica
- die Lesegewohnheiten zu berücksichtigen

Und es gibt vier „Verständlichmacher“:

- Einfachheit: geläufige Wörter verwenden, kurze, klar verständliche Sätze bilden
- Gliederung/Ordnung: Überschriften und Zwischenüberschriften verwenden, optische Blöcke bilden
- Kürze / Prägnanz: Die Aussagen auf das Wesentliche beschränken. Im Weglassen liegt die Kunst!
- Zusätzliche Stimulans: Farben einsetzen, Beispiele geben, neben dem geschriebenen Wort auch Grafik, Bilder verwenden

Das Erscheinungsbild attraktiv gestalten

Das Layout bestimmt das Erscheinungsbild eines Infoblatts, eines Aushanges für das „Bunte Brett“ oder eines Flugblatts. Die Ansprüche an die Gestaltung sind gestiegen: Informationen müssen auf den ersten Blick ansprechen, sonst werden sie nicht gelesen.

Das Layout ist eine „Skizze“, auf der festgelegt wird, wie Texte, Überschriften, Fotos, Grafiken, Zeichnungen usw. auf einer Seite angeordnet werden – und das Layout ist genau so wichtig wie die Inhalte.

Die Checkliste fasst die wesentlichen Punkte zusammen.

Gestaltung schriftlicher Informationen – Checkliste

Ziel bestimmen

- Was will ich erreichen: informieren, motivieren, aktivieren, einen Austausch auslösen?

Die wesentlichen Aussagen auswählen

- Was sollte die Zielgruppe unbedingt erfahren/wissen?

Geeignete Darstellungsform wählen

- Poster, Flugblatt, Aushang ...

Treffenden Titel, Aufmacher finden

- Womit kann ich auf den ersten Blick Interesse wecken und Emotionen auslösen: z.B. durch eine provokante Überschrift, Frage, These? ...

Wenig Text verwenden

- Sich auf zentrale Fakten und Kerninformationen beschränken

Auf klare Aufmachung achten

- Lesegewohnheiten berücksichtigen
- Inhaltliche Aussagen zusammenbringen und übersichtlich ordnen
- Nicht mehr als drei Farben verwenden
- Mittel zur Hervorhebung nutzen (Unterstreichung, Farbe, Pfeile), aber sich für eines entscheiden

Interessante Gestaltung überlegen

- Bilder, Comics, grafische Elemente einbauen

Platz lassen

- Gegensätze darstellen und als Blickfang verwenden
- Auch die freie Fläche ist ein Gestaltungselement: mindestens 30 % der Fläche frei lassen

Logo verwenden

- Ein Logo ist ein Anker, prägt sich schnell ein, fördert das „Wir-Gefühl“ und die Wiedererkennung

Die Wirkung überprüfen: Endprodukt „kontrollieren“ lassen

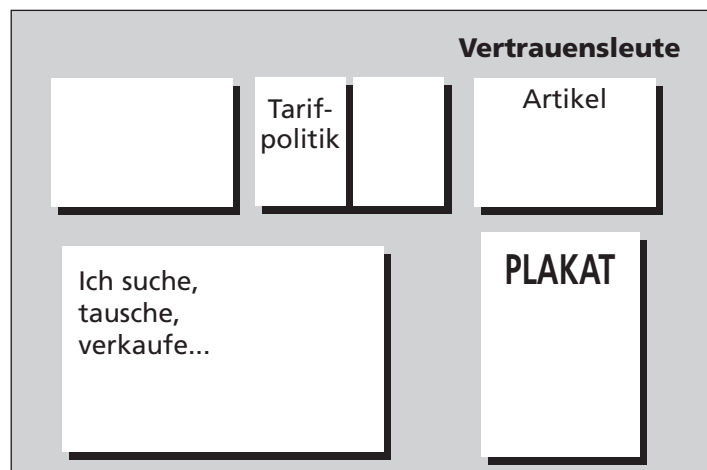
- Wird die Kernaussage deutlich und ist sie für die Zielgruppe verständlich?
- Sind Text und Bild ausgewogen angeordnet?

9.5 DAS „BUNTE BRETT“

Der Stellenwert einer Informationstafel – des „Bunten Brettes“ – ist nicht zu unterschätzen. Attraktiv gestaltet, bietet es eine gute und günstige Möglichkeit für gewerkschaftliche Information und Aktivität.

Um ein „Blickfang“ zu sein, muss das „Bunte Brett“ leicht zugänglich und abwechslungsreich, übersichtlich und informativ gestaltet sein. Es ist hilfreich, sich in die Kollegen/innen hineinzusetzen und die Informationen darauf abzustimmen.

Damit sich die Belegschaft schnell zurechtfindet, sollte die Tafel in verschiedene thematische Felder eingeteilt sein: z.B. Tarifpolitik, Betriebs- und Personalrat, Vertrauensleute, Verschiedenes wie Kauf, Tausch.



Tipps für Themen:

Was genau die richtigen und wichtigen Themen sind, können wir herausfinden, indem wir von Zeit zu Zeit von Kollegen/innen ein Feedback erfragen: Wie informativ und ansprechend ist das „Bunte Brett“ und welche Wünsche gibt es?

Hier sind einige Hinweise für mögliche Themen:

- die aktuellste Information, hervorgehoben auf farbigem Untergrund
- Erfolgsmeldungen (Erfolg des Monats, der aktuelle Erfolg)
- tarifpolitische Informationen
- Vorstellung der (neu gewählten) Vertrauensleute mit Foto und Erreichbarkeit
- Wahlkandidaten und -kandidatinnen für den BR-/PR mit Fotos und kurzen politischen Aussagen
- den interessantesten Artikel aus der Regional- oder überregionalen Presse
- interessante Urteile zum Arbeits- und Sozialrecht
- eine – wenn möglich betriebs- und branchenbezogene – Karikatur, damit „einem auch im Betrieb das Lachen nicht vergeht“
- Ankündigungen über Betriebs- und Teilversammlungen:
Wann, wo, was will der BR/PR?
Was wollen die Vertrauensleute?
- Informationen zur Jugend- und Auszubildendenvertretung
- Frauenfenster (z.B. Informationen zur Gleichstellung)
- Die Kollegen und Kolleginnen haben das Wort („Leserbriefe“)

Die Betrachter/innen müssen sich schnell einen Überblick verschaffen können über die angebotenen Infos.

Das „Bunte Brett“ – Checkliste

Für jedes Brett die richtige Form und der richtige Ort

- Ist der Standort gut gewählt? Kommen die Kollegen daran vorbei?
- Können die Kollegen/innen vor dem Brett stehen bleiben, z.B. vor dem Pausenraum?
- Fällt das Info-Brett auf?
Es empfiehlt sich eine Mindestgröße von 1 x 2 m
- Welcher Farbhintergrund ist der richtige? Günstig sind Bretter mit einem erdfarbenen Hintergrund. Eine signalfarbene Umrandung erzeugt Aufmerksamkeit.
- Ist auf den ersten Blick zu sehen, wessen Brett es ist?
Logo und Hinweis müssen sofort erkennbar sein.
- Sehen alle Info-Bretter gleich aus (Wiedererkennungswert)?
Wichtig, wenn es mehrere „Bunte Bretter“ der Interessenvertretung gibt.

Was gehört ans „Bunte Brett“?

- Sind die Themen für die Kollegen und Kolleginnen interessant?
- Soll es ständige Rubriken/ Hinweise geben?
- Fällt die aktuellste Information sofort ins Auge?

Wie werden die Infos gestaltet?

- Ist eine Ordnung erkennbar?
Hängen die Infos zusammen, die thematisch zusammengehören?
- Ist jedes Themengebiet sofort zu erfassen mit einer auffallenden Überschrift?
- Ist Wichtiges besonders hervorgehoben?

Pflege der Info-Blätter

- Je aktueller desto attraktiver!
- Ein oder zwei Vertrauensleute sollten verantwortlich sein. Sie erarbeiten ein Konzept und sind für die Pflege zuständig.

9.6 DAS FLUGBLATT

Flugblätter sind das schnellste Medium innerhalb und außerhalb des Betriebes oder der Verwaltung. Wichtig bei Flugblättern: Sie sprechen nur ein Thema an. Ein Flugblatt informiert über besondere Ereignisse und kann zu Aktionen auffordern.

Die Beschäftigten werden in kürzester Zeit brandaktuell informiert und mobilisiert.

Ein Flugblatt hat große Schlagzeilen und wenig Text.

Aus dem ABC des Flugblatts haben wir das Wichtigste zusammengestellt.

Abkürzungen –
auf jeden Fall vermeiden!

Anrede –
sorgfältig prüfen, ob Du oder Sie. Weibliche und männliche Form benutzen.

Botschaft –
was will ich sagen? Erst dann den Text und die Gestaltung erarbeiten.

Beleidigungen –
sie können abschrecken und juristische Folgen haben.

Copyright –
es darf nicht geklaut werden. Die Erlaubnis einholen und die Quelle angeben.

Direkte Sprache –
Verben und kurze Sätze machen die Sprache lebendig.

Erfolgskontrolle –
wurden die Flugblätter gelesen oder sind sie gleich in den Papierkorb gewandert? Was können die Gründe sein?

Farbe –
steigert die Aufmerksamkeit der Leser/innen.

Funktionärssprache –
ist zu allgemein, langweilig und schreckt ab.

Gags –
Humor spricht die Leute immer an.

Gestaltung –
Layout und Text müssen stimmen.

Hilfe –
auf Erfahrungen anderer zurückgreifen

Impressum –
mit den Angaben: Herausgeber ver.di-Bezirk bei VL;
presserechtliche Verantwortung ein/e
Gewerkschaftssekretär/in

Jargon –
kann zu Missverständnissen führen.

Karikaturen –
auf eine große Bildaussage konzentrieren.

Logo –
bringt Klarheit über den Verfasser.

Meinung –
eine klare Position muss deutlich werden.

Neuigkeit –
aktuelles als Aufhänger benutzen.

Objektivität –
erwartet niemand, denn es geht bewusst um Meinung und Interessenposition. Aber die Fakten müssen stimmen.

Das ABC des Flugblatts

Polemik –

spitzt die Aussage zu.
Daran denken: keine Beleidigungen.

Quantität und Qualität –

weniger ist mehr!

Religion –

Religiöse Gefühle nicht verletzen.

Satzbau –

lebendig, bildreiche Sprache, kurze und klare Sätze.

Schlagzeile –

ist der inhaltliche Blickfang und muss die Aussage des Textes verständlich auf den Punkt bringen.

Symbole –

eine gekonnte Verfremdung bekannter Symbole erhöht die Wirksamkeit der Aussage enorm (z.B. „Man gönnt sich ja sonst nichts“)

Sympathieerwerbung –

sie ist das eigentliche Ziel.

Textgröße –

so groß, dass man es auch ohne Brille lesen kann.

Umfang –

eine DIN-A4-Seite ist richtig. Lange Texte überfordern.

Verfasser –

muss sichtbar vermerkt sein.

Wortwahl –

sagen, was Sache ist: präzise und plakativ.

Ziel klar?

Inhalt – kurz und knapp?

Information?

Appell?

Sprache – leicht verständlich?

**Aufbau übersichtlich mit Überschriften
und Zwischenüberschriften?**

Gestaltung:

Ordnung und Abwechslung?

Es ist sinnvoll eine Skizze zu machen, wie die Verteilung Überschrift, Text, Grafiken, Bilder aussehen soll, um einen optischen Eindruck zu erhalten. Die Texte sollten möglichst zwei- bis dreispaltig sein. Näheres in der Checkliste.

Herstellen und Verteilen von Flugblättern – Checkliste

Ziel festlegen

- Was soll bezweckt werden?
(Aufmerksamkeit wecken, zur Teilnahme an einer Veranstaltung motivieren ...)
- In welchem Zusammenhang steht das Flugblatt?
(Welches Material wird noch eingesetzt?)

Sachverhalt vorher genau klären

- Stimmen die Informationen, Fakten?
(sich genau informieren)
- Welche Beschlüsse, Erfahrungen der ver.di gibt es zum Thema?
(sich erkundigen und Absprachen treffen)

Adressaten bestimmen und deren Hintergrund einbeziehen

- Wer soll (warum) erreicht werden?
- Welche Infos zum Thema haben die Adressaten bereits?
- Welche Infos sind für die Leser wichtig?
- Wozu soll motiviert werden?
(Handlungsperspektiven)

Text festlegen

- Betroffenheit herstellen
- Sich auf das Wesentliche beschränken
- Textmenge festlegen
- Thema untergliedern
(Problem, Auswirkungen, Folgen ...)
- Zwischenüberschriften bilden
- Aufhänger suchen
- Schlagzeilen formulieren

Gestaltung überlegen

- Textanteil bestimmen
(ein Drittel soll freie Fläche sein)
- Text optisch gliedern
- Überschriften groß und/oder in Farbe schreiben
- Text mit grafischen Symbolen auflockern
(Pfeil, Zeigefinger ...)
- Comics, Bilder, Grafiken einfügen

Vervielfältigung organisieren

- Wann und wo am besten?
(Wo aushängen, persönlich verteilen?)

Verteilung planen

- Wer könnte bei der Verteilung helfen?

9.7 DIE VER.DI-BETRIEBSZEITUNG

Eine Betriebszeitung ist ein wichtiges Medium, um Beschäftigte über gewerkschaftliche Arbeit, Ziele und das konkrete Handeln im Betrieb und in der Region zu informieren.

Gewerkschaftliche Themen haben in den normalen Medien wenig Raum – wenn über gewerkschaftliche Themen berichtet wird, dann über die Tarifpolitik. Und in Zeiten der arbeitsmarktpolitischen und wirtschaftlichen Krisen wird oft ein verzerrtes, negatives Bild der Gewerkschaften gezeichnet. Konkrete erfolgreiche Gewerkschaftsarbeit hat in der normalen Presse kaum Raum.

Eine Betriebszeitung bietet den Beschäftigten ein Forum, sich über das, was im Betrieb oder der Dienststelle vor sich geht, eine Meinung zu bilden und sich auszutauschen.

Für Betriebszeitungen gibt es verschiedene Darstellungsformen: Nachrichten, Berichte, Reportagen, Kommentare. Diese Vielfalt macht eine Zeitung abwechslungsreich. Je lebendiger die Sprache, desto größer ist das Lesevergnügen. Lebendig schreiben heißt: Verben benutzen, keinen Substantivstil (z.B. Erschwernisse und Möglichkeiten der Einflussnahme!) und Phrasen und nichts sagende Worthülsen vermeiden.

Man unterscheidet diese unterschiedlichen Stil-Formen im Journalismus:

die nachrichtlichen Stil-Formen

(Meldung, Bericht, Nachricht) stellen den Sachverhalt tatsächengenau dar.

- Das Wichtigste zuerst.
- Die Fakten müssen stimmen.
- Tatsachen genau mit kurzen, kommentarlosen Sätzen darstellen.
- Den „W-Einstieg“ beachten (Wer, wann, was, wo, warum).

die interpretierenden Stil-Formen

(Interview, Gespräch, Portrait, Reportage, Feature) enthalten eine persönliche Note der Autoren/innen.

die kommentierenden Stil-Formen

(Kommentar, Leitartikel, Glosse) beziehen sehr deutlich Position.

Für gewerkschaftliche Betriebszeitungen heißt Schreiben:

- Je einfacher die Sätze, desto besser. Einfache Worte und Verben machen die Sprache direkt und lebendig.
- Gewerkschaftssprache „entrümpeln“ und mit einer frischen Sprache überraschen.
- Kurze und längere Sätze abwechselnd benutzen und auf keinen Fall verschachtelte Nebensätze; lieber einen neuen Satz anfangen.
- Füllwörter; Abkürzungen und Fremdwörter vermeiden.

Verständlich schreiben: Textüberarbeitung – Checkliste

Was ist bei der Form zu beachten?

- Bringen Schlagzeile und Unterzeile den Sachverhalt auf den Punkt?
- Steht das Wichtigste am Anfang?
- Sind die sechs „W-Fragen“ – wer, was, wann, wie und warum – mit dem Vorspann beantwortet?
- Sind ausreichend Absätze und Zwischenüberschriften im Text?
- Ist der Aufbau logisch?
- Ist der Text an bestimmten Stellen zu kürzen?

Was ist beim Inhalt zu beachten?

- Zuerst viele sachliche Infos gegeben – und erst dann der Kommentar?
- Sind alle Abkürzungen mindestens einmal ausgeschrieben oder erklärt?
- Stimmen die Namen, Fakten, Zahlen, Zitate?

Was ist bei der Sprache zu beachten?

- Hat kein Satz mehr als 14 – 17 Wörter?
- Sind Satzgegenstand und Satzaussage immer dicht beieinander?
- Ist Substantivstil (Hauptwörter und Füllwörter) vermieden worden?
- Welche Füllwörter können gestrichen werden?
- Stimmen die verwendeten Bilder?
- Sind Rechtschreibung, Grammatik, Zeichensetzung korrekt?

***Sich in die Rolle
der Lesenden
versetzen:
Wie würde ich
auf diesen Text
reagieren?***

Erstellen einer ver.di-Betriebszeitung – Checkliste

Tipps zur Herstellung

- Wie soll die Zeitung heißen?
- Welches Format soll die Zeitung haben?
- Welchen Umfang soll die Zeitung haben?
- Wie oft soll die Zeitung erscheinen?
- Wie soll die Zeitung hergestellt werden (Druck oder Kopie)?
- Wie soll die Zeitung verbreitet werden? Wird die Zeitung persönlich zugestellt, wird sie meist auch gelesen.
- Wie viel Zeit ist für die Herstellung notwendig bzw. wie viel Zeit haben wir für die Herstellung? Zeit planen!

Auswahl des Schreibstils

- Inhalte einer Zeitung werden unterschiedlich aufbereitet. Objektive, knappe Nachrichten, ausführliche Berichte sowie lebendige Reportagen sind wichtige Bestandteile.
- Welches ist der richtige journalistische Texttyp?
 - Die Nachricht: kurz, trocken und emotionslos.
 - Der Bericht: länger und ausgereifter als die Nachricht
 - Das Feature: hintergründig und bildhaft
 - Die Reportage: persönlich und lebendig
 - Das Interview: Fragen ist eine Kunst
 - Der Kommentar: kommentierend, interpretierend, mit eigener Meinung
 - Die Glosse: kommentierend (kürzer als der Kommentar und „Pointen müssen sitzen“)

Tipps zur Gestaltung

- Wer eine Zeitung an den Mann oder die Frau bekommen will, muss einige Gestaltungskriterien beherrschen.
- Der Zeitungskopf ist das Aushängeschild. Nicht vergessen: In den Zeitungskopf gehören Informationen wie Datum und Ausgabe.
- Für Zeitungstexte werden Serifenschriften empfohlen:
Die Füßchen verstärken die Schriftlinie und erleichtern die Lesbarkeit. Gute klassische Serifenschriften sind: Times, Garamond, Sabon oder Bembo.
- Für Überschriften werden serifenlose Schriften wie Arial empfohlen.
- Üblicher Zeilenabstand ist 120%. Wählt man eine serifenlose Schrift, sollte dieser Abstand etwas vergrößert werden.
- Titelschriften sollten kräftig und geradlinig sein und zwischen 24 und 36 pkt groß.
- Nicht zu viel formatieren.
- Spalten erleichtern das Lesen – und die Lesegeschwindigkeit. Regel: Je mehr Spalten, desto lebendiger wirkt die Zeitung, aber desto aufwendiger wird auch das Layout.
- Wie steht es mit dem Umbruch?
Hier gilt:
Titel unterbricht Spalte,
Bild unterbricht Spalte nicht.

Bilder, Karikaturen

- Bilder sollen bewusst inszeniert werden.

Redigieren

- Vor dem Drucken muss gegengelesen und korrigiert werden.

Überschriften

- Über allem thront die Überschrift.
- Zwischenüberschriften sollen den Leser neugierig machen.
- Bildunterschriften sollen das sagen, was man nicht sieht.

LeserInnenbriefe

- LeserInnenbriefe sind Ausdruck dafür, dass die Zeitung gelesen wird und liefern wichtige Anregungen. Der Name des Verfassers muss dabeistehen.

Orientierung bieten

- Leser handeln aus Gewohnheit. Der wiederkehrende Seitenaufbau erlaubt einen direkten Zugriff auf die Informationen, für die sich der Leser besonders interessiert. Dies wird umso wichtiger, je regelmäßiger eine Zeitung erscheint.

Worüber darf NICHT informiert werden?

- Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse, die einem kleinen Kreis von Personen bekannt sind und vor der Konkurrenz geheim gehalten werden sollen.
- Persönliche Daten von Beschäftigten
- Parteipolitisches
- Personalrats-Interna
- Nur wenige Betriebsratsinhalte sind Interna



**Vereinte
Dienstleistungs-
gewerkschaft**

NOTIZEN



ver.di