

**ORGANISIEREN.  
STÄRKEN.  
GEWINNEN.**

**ver.di**

# HOW TO DAS AKTIVENTREFFEN

Der Aktivenkreis ist ein (oft temporärer) Zusammenschluss von Kolleg\*innen eines Betriebes, um z.B. in einer betrieblichen Kampagne mehr Beschäftigten die Möglichkeit zu geben, in Verantwortung zu gehen.

Aktivenkreise können die Durchsetzungsfähigkeit von Betriebs- und Personalräten stärken, denn häufig fühlen sich diese alleingelassen. In der Zusammenarbeit von Aktivenkreis und BR/PR wird die Handlungsmacht gestärkt. Er sorgt dafür, dass mehr Kolleginnen und Kollegen Aufgaben übernehmen, sich für ihre Themen einsetzen und ihr dadurch mit mehr Stärke Verbesserungen bewirken können.

Ohne existierenden Betriebs- oder Personalrat ist ein Aktivenkreis in der Regel der erste Schritt zur erfolgreichen gewerkschaftlichen Organisation im Betrieb.

**Projekt Zukunft der  
Mitgliedergewinnung**

## WAS SIND AKTIVE?

Aktive sind Beschäftigte, die Verantwortung für die gewerkschaftliche Organisation in ihrem Betrieb übernehmen und die daraus resultierende Arbeit verbindlich erledigen. Aktive verstehen sich selber als „die Gewerkschaft“ im Betrieb.

## WAS IST EIN AKTIVENKREIS?

Ein Aktivenkreis ist eine Gruppe von Aktiven, die sich zusammenschließen, um kollektive Stärke – also die Gewerkschaft – im Betrieb aufzubauen, um dadurch die Möglichkeit zu haben, ihre eigene Arbeitssituation und die ihrer Kolleginnen und Kollegen zu verbessern. Da es sich um kollektive Stärke handelt, ist der Aktivenkreis eine Gewerkschaftsstruktur, die in möglichst vielen Ecken des Betriebes präsent und repräsentiert ist.

## WAS IST EIN AKTIVENTREFFEN?

Aktiventreffen sind ein Ort, an dem aktive Kolleg\*innen zusammenkommen. Das kann Kampagnenbezogen oder in Betrieben ohne gewerkschaftliche Strukturen geschehen. Aktiventreffen sind Orte an denen Kampagnen geplant und diskutiert werden. Zu den Treffen werden gezielt Kolleg\*innen eingeladen, die wichtig für das Erreichen der Ziele sind. Die Aktiven können diese Zeit nutzen, um beispielsweise gemeinsam das Mapping zu erstellen oder ein Anspracheplan zu entwerfen. Die Treffen sollen in regelmäßigen Abständen stattfinden. Im Idealfall liegen nicht mehr als 2-4 Wochen zwischen den Terminen.

### CHECKLISTEN

Wichtige Informationen und hilfreiche Checklisten rund um Aktiventreffen findest du auf den folgenden Seiten.

## **1. WAS MUSS VOR DEM AKTIVENTREFFEN BEACHTET WERDEN?**

Bevor ihr den Termin für das Aktiventreffen festlegt und mit der Mobilisierung beginnt, beantwortet zuerst folgende Fragen:

- Was ist der Grund für das Aktiventreffen?
- Was ist unser Ziel mit dem Aktiventreffen?
- Wo stehen wir in unserer Kampagne?
- Wen laden wir ein?
- Was können mögliche Themen sein?
- Was ist unser Plan?
- Gibt es starke Aktive, die das Treffen mit vorbereiten können?

Vor jedem Aktiventreffen ist Vorarbeit nötig.

- Inhaltliche Ausgestaltung
- Mobilisierung: Wir sollten mit so vielen Aktiven wie möglich ein Gespräch geführt haben
- Vorbereitung von Aufgaben die im Treffen verteilt werden müssen
- Überprüfung von Aufgaben vergangener Treffen
- Material vorbereiten: Metaplanwand, Plan vorzeichnen, Mapping einpacken, Ablauf des Treffens auf Flipchart, etc.

## **2. DER ABLAUF EINES AKTIVENTREFFENS**

Grundlage Aktiventreffen: Aufbau nach dem **Anger-Hope-Action-Prinzip** (Wut-Hoffnung-Aktion)

### **Übersicht eines Ablaufs:**

#### **ANGER-PHASE**

- Welche Themen beschäftigen die Aktiven?
- Wo drückt der Schuh?
- Gibt es eine neue Entwicklung, die diskutiert werden muss?

Gerade bei den ersten Treffen nimmt dieser Abschnitt viel Zeit ein. Die Menschen sollen sich richtig auskotzen können. Je mehr Menschen dieselben Erfahrungen teilen, desto größer ist am Ende auch das kollektive Gefühl. Ich bin mit meinem Problem nicht allein!

## **HOPE-PHASE**

In der Hope-Phase geht es um unseren Plan und Lösungswege: Wie können wir das Problem lösen, das wir bei der Anger-Phase identifiziert haben?

### **Teil 1:**

Erfolgreiche Kampagnen zeigen. Videos oder Aktive (lebende Beweise) aus anderen Betrieben einladen. Damit wird bewiesen, dass Veränderung möglich ist.

### **Teil 2:**

Eigenen Kampagnenplan einfach und verständlich darstellen

- Plan auf Machbarkeit mit den Aktiven diskutieren
- Unterstützung für den Plan aktiv abfragen: „Steht ihr hinter dem Plan?“  
„Können wir das so schaffen?“

### **Arbeitsphase:**

„Um unser Ziel XY zu erreichen müssen jetzt zusammen draufschauen...“

An dieser Stelle bietet es sich an das Mapping oder eine andere Aufgabe kollektiv zu bearbeiten.

## **ACTION-PHASE**

Am Ende stehen die Verabredungen in der Action-Phase:

- Wer macht was bis wann?
- Was muss erledigt werden?
- Welches Ziel setzen wir uns bis zum nächsten Treffen, qualitativ und quantitativ?

### **BEACHT**

Aufgaben und Ziele werden transparent aufgeschrieben!

## 3. TIPPS

- Zeit im Blick halten, nicht zu lang ansetzen, denn die Aktiven treffen sich in ihrer Freizeit, 1 Stunde ist eine gute Länge, jedoch nicht länger als 2 Stunden. Das angekündigte Ende muss dann auch eingehalten werden
- Die Menschen reden, wir moderieren, fragen und leiten das Treffen
- Neue Menschen mit einbeziehen und aktiv ansprechen
- Versucht darauf zu achten: Wer macht gut mit, wer fällt euch besonders auf?
- Die Teilnehmer\*innen mit dem Namen ansprechen (Namensschilder)
- Anwesenheitsliste + Handynummer, hilft uns später bei der Pflege unseres Mappings und wir behalten den Überblick, wer wann teilgenommen hat
- Gute Atmosphäre schaffen (Getränke etc.)
- Visualisierung erstellen, die das Gesagte strukturiert, NICHT komplett wiedergibt und diese fotodokumentieren, weniger ist mehr
- Bilder aufmalen und bildhafte Sprache verwenden

## 4. NACH DEM AKTIVENTREFFEN

- Kurz die Notizen durchgehen, war etwas besonders und sollte weiter verfolgt werden?
- Fotoprotokoll erstellen
- Aufgaben dokumentieren
- Bei Aktiven nachfragen, wie es mit den Aufgaben klappt und Unterstützung anbieten

Fragen, die wir uns nach dem Treffen stellen müssen:

- Wer war da und wer war wie aktiv?
- Wer war nicht da und warum?
- Ist der Aktivenkreis repräsentativ? Also haben wir aus allen Abteilungen, Gruppen etc. jemand da?
- Wie gut ist der Kontakt zu den anderen?
- Wächst der Kreis und gewinnt an Dynamik?
- Übernehmen die Aktiven Aufgaben, Verantwortung und entwickeln sich weiter?

### Impressum

ver.di – Bundesverwaltung  
Projekt Zukunft der Mitgliedergewinnung  
V.i.S.d.P. Christoph Meister  
Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin

Weitere Werkzeuge,  
Vorlagen und Infos  
zum Projekt findest  
du hier:  
[zdm-werkzeuge.verdi.de](https://zdm-werkzeuge.verdi.de)

