

**ORGANISIEREN.
STÄRKEN.
GEWINNEN.**



BEST OF BETRIEBLICHE AKTIONEN

Manchmal müssen wir das Rad nicht neu erfinden, um in unserer gewerkschaftlichen Arbeit erfolgreich zu sein. In dieser Übersicht geht es um Aktionen die wirken und gleichzeitig Spaß machen. Sie sollen aktivieren und bei der Mitgliedergewinnung helfen. Diese Übersicht erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern stellt eine kleine Auflistung bewährter Aktionen dar, die in vielen Fällen einsetzbar sind.

**Projekt Zukunft der
Mitgliedergewinnung**

1. AKTIVE PAUSE

WAS IST DAS?

Eine aktive Pause ist eine niedrighschwellige Aktionsform, die eine große Wirkung erzielt. Wie der Name schon sagt, nutzen wir die Pausenzeit der Kolleg*innen und gestalten diese aktiv. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Klassischerweise bietet sich die Mittagspause an, bei der wir mit einer Kundgebung bei der es Essen und Trinken gibt vor der Tür oder dem Tor stehen und Sichtbarkeit zeigen. Gleichzeitig ist das die perfekte Gelegenheit ins Gespräch zu kommen und auf die Mitgliedschaft anzusprechen.

WAS BRAUCHT ES DAFÜR?

Aktive Gewerkschafter*innen, die die Organisation und Mobilisierung stemmen. Ansonsten kann diese Aktionsform von „minimalistisch“ bis „riesig“ gestaltet werden.

Folgende Fragen können uns bei der Vorbereitung helfen:

- **Was soll die Aktion bewirken?**
Geht es uns um Druckaufbau, um eine Forderung durchzusetzen? Wollen wir eine Abfrage mit den Kolleg*innen durchführen? Egal was es ist, wir müssen bei den Anliegen der Beschäftigten anknüpfen und deutlich machen, warum es wichtig ist, dass sich viele beteiligen.
- **Kommen die Kolleg*innen raus?**
Wie jede Kundgebung lebt die aktive Pause davon, dass sich viele Menschen beteiligen. Je mehr, desto besser. Falls wir uns nicht sicher sind, können wir davor andere Aktionsformen als Vorbereitung wählen oder die Mobilisierung intensivieren.
- **Wo soll die aktive Pause stattfinden?**
Der Ort sollte gut erreichbar sein. Die Pausenzeiten sind meistens nicht besonders lang, das sollte unbedingt beachtet werden. Außerdem sollte es für die (betriebliche) Öffentlichkeit gut sichtbar sein, damit die Aktion auch ihre Wirkung entfalten kann.
- **Wann soll die aktive Pause stattfinden?**
Gibt es eine zentrale Mittagspause, die für alle gleich ist oder arbeiten die Kolleg*innen in Schichten. Je nachdem wie die Gegebenheiten sind müssen wir uns überlegen, ob wir die Aktion am Tag verteilt stattfinden lassen oder je nach Ressourcen gleichzeitig an verschiedenen Orten.

- **Wie mobilisieren wir die Kolleg*innen?**

Machen wir am Morgen der aktiven Pause eine Toraktion und verteilen die Flyer oder laufen wir in den Tagen vorher durch den Betrieb? Diese Frage hängt auch damit zusammen, ob wir mit der Aktion einen Überraschungsmoment gegenüber der Arbeitgeberseite einplanen, da wir Gegenmaßnahmen erwarten oder ob es uns hauptsächlich um den Kontakt mit den Kolleg*innen geht. Je mehr Zeit wir für die Einladung und die damit verbundenen Gespräche einplanen, desto besser. Für die Einladung zur aktiven Pause eignen sich „Gutscheine“ sehr gut. Diese drucken wir auf den Flyer und je nachdem welches Essen wir anbieten, bekommen die Kolleg*innen z.B. „Ein Gutschein für ein belegtes Brötchen“ den sie später einlösen können.

- **Gibt es etwas zu Essen und zu Trinken?**

Das macht die Aktion attraktiver, da die Kolleg*innen für ihre Teilnahme „etwas bekommen“ und eine angenehme soziale Situation entsteht. Der Aufwand wird dadurch größer. Am besten eignen sich belegte Brötchen oder Eis, die einfach mitgenommen werden können. Ein weiterer Vorteil ist, dass wir einen weiteren Ansprachemoment haben, entweder an der Ausgabe oder in der Schlange zum Essen abholen.

- **Wie wird der Inhalt aufbereitet?**

Klassischerweise wird eine Rede gehalten. Eine gute Ergänzung ist es, mehrere Metaplanwände oder Flipcharts aufzubauen und die Kolleg*innen in kleinere Gruppen aufzuteilen oder beim vorbeilaufen punkten zu lassen. Der Vorteil: Die Gespräche sind intensiver und wir können die Ansprache nutzen, um die Mitgliederfrage effektiv zu platzieren. Je nach Aktionsform braucht es mehr oder weniger Equipment.

- **Haben wir alles dabei?**

Unabhängig von der Umsetzung brauchen wir folgende Utensilien:

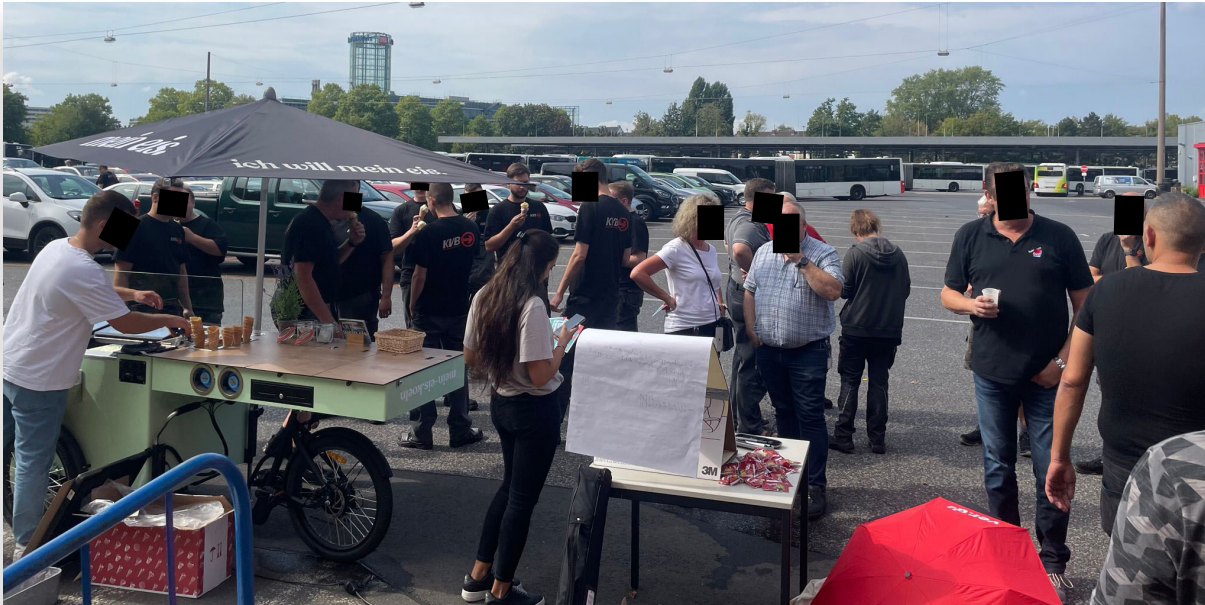
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Beitrittserklärung | <input type="checkbox"/> ver.di Fahnen |
| <input type="checkbox"/> Klemmbretter | <input type="checkbox"/> Pavillon |
| <input type="checkbox"/> Kugelschreiber | <input type="checkbox"/> Schilder/ Transparente |
| <input type="checkbox"/> Anwesenheitsliste | <input type="checkbox"/> Megafon/ Lautsprecher |

MITGLIEDERGEWINNUNG BEI DER AKTIVEN PAUSE

Die Mitgliedergewinnung benötigt bei der aktiven Pause ein gutes Ansprachekonzept. Folgende Ansprachesituationen bieten sich für eine klare Mitgliederfrage an:

- Eintragung in die Anwesenheitsliste mit Kreuzchen bei „ver.di Mitglied ja/nein“
- An der Essensausgabe bzw. in der Schlange zum Essen
- Bei der Gruppenansprache
- In der Rede mit Unterstützung von Kolleg*innen die mit Klemmbrettern und Mitmachbögen unterwegs sind
- Im 1-zu-1-Gespräch

Die Planung der Ansprache muss in der Vorbereitung einen zentralen Platz einnehmen, damit es an der Aktion selbst funktioniert. Der Aufhänger für die Ansprache leitet sich von der betrieblichen oder tariflichen Kampagne ab. Je mehr Kolleg*innen aktiv die Ansprache durchführen, desto erfolgreicher ist die Mitgliedergewinnung.



2. AKTIVIERENDE BETRIEBSVERSAMMLUNG

Vier Mal in einem Jahr müssen Betriebsversammlungen stattfinden, bezahlt und während der Arbeitszeit. Eine einmalige Gelegenheit für uns als gewerkschaftlich Aktive im Betrieb. Eine große Zahl an Kolleg*innen kommen an einem zentralen Ort zusammen und die Geschäftsführung ist anwesend. Das können wir nutzen!

A. ABSTIMMUNG MIT PUNKTEN

Was ist das?

Es gibt Unmut in der Belegschaft, die Tarifrunde läuft bald an oder es gibt ein kollektives Thema das sichtbar gemacht werden soll. Für all das eignen sich Abstimmungen auf einer Betriebsversammlung. Eine niedrighschwellige Version ist die Abstimmung mit Punkten.

Was braucht es dafür?

Metaplanwände und Klebepunkte, je nach Betriebsgröße eine entsprechende Anzahl. Auf den Metaplanwänden werden entweder 4-5 Fragen in Form einer aktivierenden Befragung formuliert oder einfache „JA/NEIN“ Abfragen gestellt wie z.B. „Ich bin bereit zu streiken.“

Ablauf

Vor der Betriebsversammlung werden auf allen Plätzen die passende Anzahl an Klebepunkte ausgeteilt. Während der Betriebsversammlung stehen die Metaplanwände in den Ecken des Raumes/Saals. An der passenden Stelle ruft ein Mitglied des Betriebs-/ Personalrates oder ein*e Gewerkschaftssekretär*in dazu auf, bitte einmal an die Metaplanwand zu gehen und abzustimmen. Das kann z.B. sein

*„Liebe Kolleg*innen, die Geschäftsführung sagt, dass das Thema Überlastung kein Problem darstellt. Wir würden gerne eure Meinung dazu wissen. Bitte nehmt doch die Klebepunkte von euren Plätzen und stimmt einmal kurz an den Metaplanwänden über die vier Fragen ab.“*

Zwei Vorteile bietet diese Aktionsform:

1. Die Metaplanwände sind umgedreht, die Kolleg*innen stimmen also halb anonym ab.
2. Wenn sich alle in die Reihe stellen, um abzustimmen, dauert das je nach Betriebsgröße eine gewisse Zeit. Die Betriebsversammlung kann durch diese Aktionsform also länger gestaltet werden.

Nachdem alle gepunktet haben, kann das Ergebnis der Befragung direkt nach vorne gebracht werden und die Geschäftsführung wird damit konfrontiert. Die Geschäftsführung hatte natürlich auch die Gelegenheit abzustimmen und dadurch ergibt sich meistens ein sehr deutliches Bild mit kleinen Abweichungen.

B. ABSTIMMUNG MIT KARTEN

Was ist das?

Gleiche Ausgangslage wie bei der Abstimmung mit den Punkten. Diese Variante ist jedoch nicht anonym. Es geht darum in der Betriebsversammlung durch Heben einer Karte ein Live-Stimmungsbild zu erzeugen.

Ablauf

Vor der Betriebsversammlung wird auf jeden Platz z.B. Moderationskarten ausgelegt. Die Erfahrung zeigt, dass sich für jeden Platz eine grüne und eine rote Karte eignen. Grün für Zustimmung und rot für Ablehnung.

Während der Betriebsversammlung kann diese Abfrage in eine Rede eines Betriebs-/ Personalratsmitglieds oder der Gewerkschaft eingebaut werden. Zum Beispiel kann das so aussehen:

*„Liebe Kolleg*innen, wir haben die Ausführungen der Geschäftsführung gehört. Mich würde von euch interessieren, wie eure Meinung dazu ist. Ihr findet auf euren Plätzen eine grüne und eine rote Karte vor. Grün steht für Zustimmung und rot für Ablehnung.“*

Wer der Meinung ist, dass die Geschäftsführung recht mit ihren Aussagen hat, hebt bitte einmal die Grüne Karte. Danke, das waren nicht viele Karten. Wer der Meinung ist, dass die Aussagen absolut daneben sind, hebt bitte einmal die rote Karte? Das ist eindeutig!

Wer ist bereit für einen Tarifvertrag zu streiken? Bitte einmal die Grüne Karte heben. Danke, das ist mehr als deutlich!“

Diese Aktionsform entfaltet eine sehr starke Wirkung, da die Belegschaft geschlossen der Geschäftsführung zum Beispiel die rote Karte zeigt und damit ihre Geschlossenheit symbolisiert. Im Vorfeld ist es wichtig mit vielen Kolleg*innen zu sprechen, dass keine Hemmung entstehen die Karte zu heben und sich unentschlossene Kolleg*innen dadurch motivieren lassen.

C. LIVE QUIZ

Trockenes Thema auf der Betriebsversammlung oder die Aufmerksamkeit flacht gegen Ende immer ab? Mit einem Quiz können wir die Kolleginnen und Kollegen aktivieren und gleichzeitig Wissen vermitteln oder Themen spannender gestalten. Es gibt verschiedene Tools, die eine Quizabfrage mit einer großen Anzahl an Menschen in Echtzeit möglich machen:

- Mentimeter, als online Tool mit wettbewerbsorientierter Quizfunktion
- Aufteilung der anwesenden in zwei Gruppen und mit Karten arbeiten. Wer die Antwort zuerst weiß, darf als erstes antworten und die jeweilige Gruppe bekommt einen Punkt. Diese Variante setzt eine aktive Moderation voraus und kann aber mit einfach Mitteln gestaltet werden.

D. GALLERY WALK

Was ist das?

Bei einem Gallery Walk stehen verschiedene Metaplanwände verteilt im Raum an denen unterschiedliche Themen dargestellt werden. Die Kolleg*innen haben die Möglichkeit, wie

WICHTIG!

Die Erfahrung zeigt, dass die Person, die diese Stelle moderiert diesen Abschnitt selbstbewusst und mit maximaler Klarheit einleiten muss. Es geht darum die Beschäftigten durch den Prozess zu führen und durch eine positive Ausstrahlung die Hürde für eine Beteiligung klein zu halten.

in einer Kunstaussstellung, von einer Metaplanwand zur anderen zu laufen, um sich entweder über ein Thema zu informieren oder ihre Meinung einzubringen. Die Stationen können flexibel gestaltet werden. Die Idee ist an den einzelnen Stationen in einen tieferen Austausch mit den Kolleginnen und Kollegen zu kommen.

Ablauf

An jeder Metaplanwand steht eine Person die die Diskussion leitet, Fragen stellt und die Antwort aufnimmt. Zum Beispiel kann dadurch zum Thema „Geldfresser“ an einer Metaplanwand gesammelt werden, wo im Unternehmen Geld zum Fenster rausgeworfen wird. Alternativ kann eine Betriebsvereinbarung, die aktuell Verhandelt wird, transparent dargestellt werden und die Meinung der Kolleg*innen zu einzelnen Aspekten diskutiert werden.

Je nach Schwerpunkt eignet sich diese Aktionsform, um eine intensive Diskussion mit den Kolleg*innen zu führen, aber auch um eine Betriebsversammlung länger durchzuführen und dadurch wieder das Mittel der Betriebsversammlung (während der Arbeitszeit und bezahlt) als Druckmittel einzusetzen.

E. BETRIEBSVERSAMMLUNG UNTERBRECHEN

Was ist das?

Eine Betriebsversammlung wird am Ende normalerweise für beendet erklärt. Befinden wir uns allerdings in einer betrieblichen Auseinandersetzung z.B. zu einem betrieblichen Thema, können wir eine Betriebsversammlung auch unterbrechen und z.B. zwei Wochen später wieder weiterführen. Dadurch erhöhen wir die Anzahl der möglichen Betriebsversammlungen für ein Quartal und jedes Mal wird der Betriebsablauf unterbrochen.

WICHTIG!

Es braucht rechtlich einen Grund für diese Unterbrechung, z.B. weil ein Redebeitrag nicht gehalten oder inhaltlich etwas nicht geklärt werden konnte. Stimmt euch im Vorfeld rechtlich ab. Ebenso wichtig ist, dass die Belegschaft voll dahintersteht und jedes Mal wieder in hoher Anzahl erscheint und somit den Druck erhöht.

3. ABSTIMMUNG AM TOR/EINGANG

Morgens zu Arbeitsbeginn Informationen zu verteilen ist ein klassisches Mittel, um schnell und effektiv die Mehrheit der Beschäftigten zu erreichen. Diese Aktionsform können wir durch Stimmungsabfragen ergänzen, die es uns ermöglichen ins Gespräch mit den Kolleg*innen zu kommen.

A. PUNKTEN AN DER METAPLANWAND

Wie auf der Betriebsversammlung können wir auch am Eingang eine Metaplanwand mit Fragen aufstellen und Punkte an die Kolleg*innen austeilen. Meistens ist

die Zeit kurz vor Arbeitsbeginn etwas knapp, allerdings lässt sich dennoch häufig ein Gespräch auf Grundlage der Antworten die gepunktet werden beginnen. Die Ergebnisse der Befragung können entweder in einer Betriebsversammlung präsentiert oder mit Fotos verbreitet werden.

B. ABSTIMMUNG MIT BÄLLEN

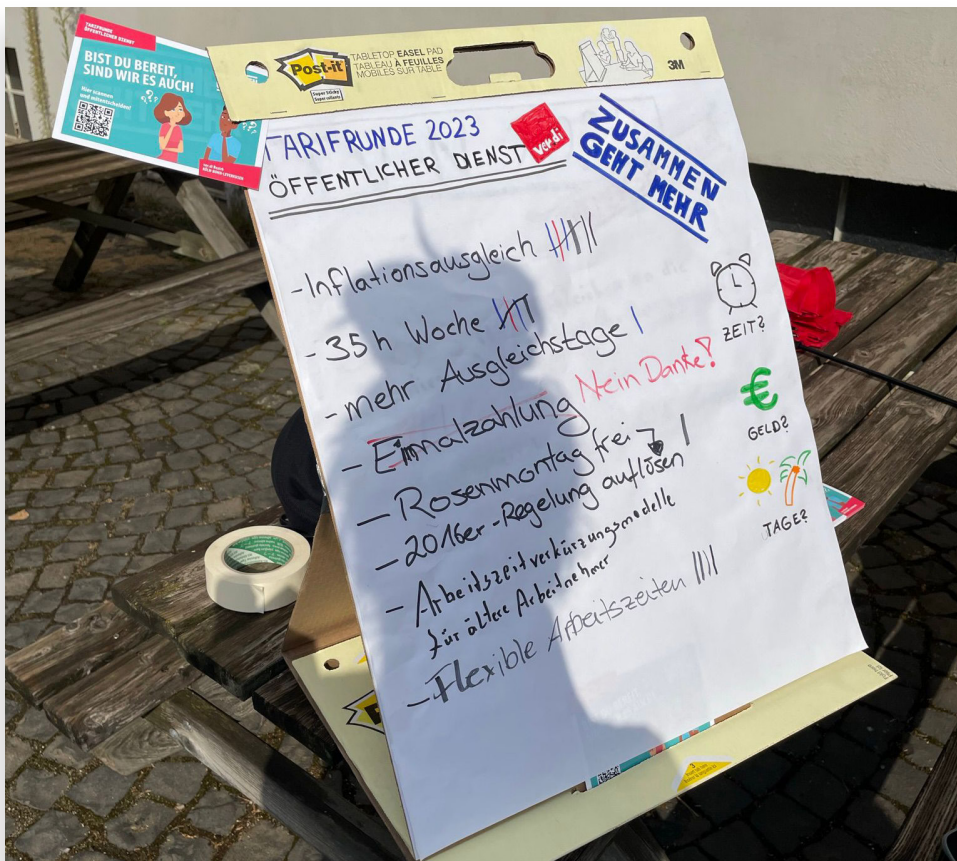
Gleiches Prinzip wie mit einer Metaplanwand nur optisch und haptisch etwas abwechslungsreicher. Wir stellen zwei Plexiglasröhren auf und geben jeder Kolleg*in entweder ein Tischtennis- oder Plastikball mit dem diese abstimmen kann. Hier eignen sich am besten „JA/NEIN“-Fragen. Zum Beispiel klassisch „Bist du bereit zu streiken?“.

Die Ergebnisse fotografieren wir und nutzen die Bilder für Veröffentlichungen oder in einer Präsentation auf einer Betriebsversammlung.

MITGLIEDERGEWINNUNG BEI EINER ABSTIMMUNG

Durch die Aktion haben wir die perfekte Grundlage für ein Gespräch, in dem am Ende die Mitgliederfrage steht. Wir können durch die Antworten sofort sehen, welche Kolleg*in offen für die Gewerkschaft und welche uns eher ablehnend gegenüberstehen.

„Du hast deinen Punkt geklebt, dass dich die Inflation sehr belastet und du bereit bist zu streiken, um den Druck auf die Arbeitgeber zu erhöhen. Bist du denn schon Mitglied bei ver.di?“





4. QUIZ MIT PREISEN

Diese Aktionsform eignet sich besonders gut in großen Betrieben oder Einrichtungen, in denen wir wenige Mitglieder haben. Ein Quiz macht Spaß und ist ein niedrigschwelliges Angebot mit dem wir auf Kolleg*innen zugehen können. Die Kolleg*innen haben die Möglichkeit kleinere und auch größere Preise zu gewinnen, im Gegenzug füllen sie ein Quiz mit zwei drei einfachen Fragen aus und geben ihre Kontaktdaten an. Damit stimmen sie zu, dass wir zu einem späteren Zeitpunkt sie zu gewerkschaftlichen Themen kontaktieren dürfen. Es ist wichtig das auch transparent zu machen, damit kein fader Beigeschmack entsteht.

Die Auslosung der Preise kann auf einer Betriebsversammlung oder bei einer aktiven Pause geschehen. Je transparenter, desto besser. Je attraktiver die Preise sind, desto höher ist die Beteiligung.

Diese Aktionsform eignet sich sehr gut in Vorbereitung auf eine größere Anspracheaktion oder um das Mapping auf stabile Beine zu stellen. Für Betriebe mit viel mobiler Arbeit kann das Quiz eine gute Gelegenheit sein, um private Kontaktmöglichkeit wie Telefonnummern zu bekommen, um eine Telefonaktion durchzuführen.

5. STICKER-AKTION

Die Sticker Aktion ist ein kollektives Bekenntnis zur Gewerkschaft. Sie kann z.B. vor Ende der Friedenspflicht oder in einem betrieblichen Konflikt um eine Betriebsversammlung eingesetzt werden. Alle Kolleg*innen bekommen einen ver.di Sticker mit Slogan und kleben ihn am gleichen Tag auf z.B. ihren Oberarm und bekennen sich damit zur Gewerkschaft. Je mehr daran teilnehmen, desto stärker ist die Wirkung. Im Vorfeld eignet sich ein Betriebsrundgang in dem die Aktion angekündigt und zur Beteiligung mobilisiert wird.



6. WECKER-AKTION

Die Tarifrunde steht kurz bevor und wir befinden uns noch in der Friedenspflicht. Der Personalmangel ist unerträglich hoch, es kann so nicht weitergehen. Hier eignet sich eine Wecker Aktion, um auf das Problem hinzuweisen. In diesem Beispiel würde das so aussehen:

Überall in der Einrichtung oder dem Betrieb werden Wecker verteilt. Je nach Geschmack können diese auch versteckt werden. Alle Wecker sind auf 5 vor 12 gestellt. Pünktlich um 5 vor 12 entsteht ein großer Lärm. Diese Unterbrechung des Alltags lenkt einen großen Fokus auf das Thema. Entweder parallel, im Vorfeld oder Nachgang eignet sich die Verteilung eines Flyers für die Erklärung der Hintergründe.

Passend ist diese Aktion auch für Betriebsversammlungen, wo der*die Redner*in die Aktion dann aufgreifen kann.

7. HITZE-AKTIONEN

AUSGANGSLAGE

Jedes Jahr kommen heiße Tage, die in manchen Bereichen die Arbeit unträglich machen. Rechtlich ist in der Arbeitsstättenregel „ASR A3.5 Raumtemperatur“ in Verbindung mit der Arbeitsstättenverordnung (ArbStättV) und dem Arbeitsschutzgesetz (ArbSchG) alles klar geregelt. In der Realität ist die nachhaltige Umsetzung von Maßnahmen gegen die Hitze meist ein langer Prozess. Hier hilft es als Betriebs- oder Personalrat, die Kolleginnen und Kollegen zu beteiligen und zu aktivieren.





AKTIONEN

1. Thermometer im Betrieb

An allen Arbeitsplätzen werden kleine Thermometer mit ver.di Logo und Messzettel verteilt. Die Kolleginnen und Kollegen werden über die rechtlichen Hintergründe bei Hitze informiert und sie dazu auffordert jeden Tag die Temperatur an ihrem Arbeitsplatz zu notieren. Dadurch beteiligen wir sie und haben eine Datengrundlage.

2. BR-/ PR-Sprechstunden/ Abteilungsversammlung

Die Ergebnisse der Messungen können wir in den Abteilungen in BR-/PR-Sprechstunden oder einer Abteilungsversammlung vorstellen. Nach der Vorstellung können Ideen von den Kolleginnen und Kollegen gesammelt werden, wie die Hitze minimiert werden kann. Dabei sind drei Unterteilungen wichtig, kurz-, mittel- und langfristig. Arbeitgeber ziehen sich gerne mit dem einholen von Angeboten von aufwendigen Lösungen aus der Verantwortung, die schwer umzusetzen sind und dadurch lange Zeit benötigen.

3. Aktive Pause

Eine aktive Pause mit Eiswagen versüßt den Tag und ermöglicht uns mit den Kolleginnen und Kollegen ins Gespräch zu kommen. Außerdem erhöht eine aktive Pause den Druck auf den Arbeitgeber. Sollten die Kosten dafür zu groß sein, kann ein Planschbecken mit ver.di Enten eine kleine Abwechslung von der Hitze bieten.

TIPP
Auch andere Arbeits- und Gesundheitsschutz Problematiken, wie Lautstärke, Schadstoffbelastungen oder ähnliches, können in einer vergleichbaren Kampagne angegangen werden.



**ORGANISIEREN.
STÄRKEN.
GEWINNEN.**

ver.di

Weitere Werkzeuge, Vorlagen
und Infos zum Projekt findest
du hier:
zdm-werkzeuge.verdi.de



Impressum

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