

**ORGANISIEREN.
STÄRKEN.
GEWINNEN.**



HOW TO KAMPAGNENPLANUNG

Um im Betrieb wirkungsmächtig zu sein, benötigen wir eine gut geplante Kampagne. Dafür benutzen wir einen Stufenplan. Mit einem Stufenplan setzen wir immer einen drauf und können so den Druck auf die Gegenseite erhöhen. Gleichzeitig ist unser Ziel mit einer guten Kampagne zu wachsen und stärker zu werden.

**Projekt Zukunft der
Mitgliedergewinnung**

KAMPAGNENPLANUNG

Hierfür sind 5 Schritte wichtig:

SCHRITT 1

Wir definieren unsere Ziele, qualitativ und quantitativ. Was wollen wir erreichen und was brauchen wir, um es zu erreichen (bspw. Mitglieder oder neue Aktive)

Wir unterscheiden in zwei Ziele: Interne und externe

Intern sind für uns als Organisation oder Betriebsrat zum Beispiel folgende Ziele wichtig:

- Mehr Mitglieder
- Viele Tarifexpert*innen
- Hohe Streikbeteiligung
- Ein starker Betriebsrat
- Aktionen, die mobilisieren und schöne Bilder produzieren

Externe Ziele sind die, die wir auch nach außen kommunizieren, wie beispielsweise:

- Tarifvertrag Entlastung
- Arbeitsschutz
- Mehr Geld
- Gute Schichtmodelle

SCHRITT 2

Wir sammeln verschiedene Aktionen, mit denen wir Druck aufbauen können. Wichtig ist, das müssen kollektive Aktionen sein, an denen sich viele Menschen beteiligen.

SCHRITT 3

Wir bringen die Aktionen in die richtige Reihenfolge auf den Stufenplan. Was ist die richtige Reihenfolge?

1. Die Intensität steigt mit jeder Aktion
2. Der Druck auf die Gegenseite steigt mit jeder Aktion
3. Wir werden mit jeder Stufe stärker

SCHRITT 4

Wir brechen die großen Ziele auf die einzelnen Stufen runter. Wie viele Menschen sollen sich an der Aktion beteiligen? Wie viele neue Mitglieder gewinnen wir während des Warnstreiks? Wir orientieren uns dabei an den Kampagnenzielen.

SCHRITT 5

Eine Kampagne benötigt viel Abstimmung auf unterschiedlichen Ebenen. Auf dem Zeitstrahl tragen wir alle unsere Termine ein, die wir während der Kampagne benötigen. Das können auch Deadlines für Druckaufträge oder Pressemitteilungen sein.

Projekt Zukunft der Mitgliedergewinnung