

Sandra Stern · Wolfgang Gerstmayer · Gerhard Gstöttner-Hofer
Christian Schneeweiß · Martin Windtner

Organizing mit BetriebsrätInnen

13

Praktische Gewerkschaftsarbeit



**Unsere Anliegen
im Betrieb durchsetzen
Organizing mit BetriebsrätInnen**

Sandra Stern • Wolfgang Gerstmayer •
Gerhard Gstöttner-Hofer • Christian Schneeweiß •
Martin Windtner

Unsere Anliegen im Betrieb durchsetzen

Organizing mit BetriebsrätInnen

VOGB



ÖSTERREICH

Dieses Skriptum ist für die Verwendung im Rahmen der Bildungsarbeit des Österreichischen Gewerkschaftsbundes, der Gewerkschaften und der Kammern für Arbeiter und Angestellte bestimmt.

Zeichenerklärung



Hinweise



Beispiele



Zitate

Stand: Juni 2019

Nachdruck: Jänner 2022

Impressum:

Illustrationen: Sandra Stern

Lektorat: Valentin Schwarz und Gini Stern

Medieninhaber: Verlag des ÖGB GmbH, Wien

© 2022 by Verlag des Österreichischen Gewerkschaftsbundes GmbH, Wien

Herstellung: Verlag des ÖGB GmbH, Wien

Verlags- und Herstellungsort: Wien

Printed in Austria



An manchen Stellen gibt es Verweise auf Handouts. Diese sind mit diesem Symbol gekennzeichnet und stehen online zum Download zur Verfügung: www.organizing.at

Schreibweise | Begriffe

Für ArbeitnehmerInnenvertretungen auf betrieblicher Ebene gibt es unterschiedliche Bezeichnungen. Zwecks besserer Lesbarkeit verwenden wir den Begriff „Betriebsrat“. Gemeint sind aber alle Kollegen und Kolleginnen, für die wir dieses Handbuch geschrieben haben: BetriebsrätInnen, PersonalvertreterInnen, JugendvertrauensrätInnen, Behindertenvertrauenspersonen, Vertrauenspersonen, AktivistInnen und engagierte Kollegen und Kolleginnen.

Inhalt

EINLEITUNG: ES GEHT UM RICHTIG VIEL!	8
Warum es sich lohnt, dieses Handbuch zu lesen	11
Von BetriebsrätInnen empfohlen	12
Wie du dieses Handbuch lesen kannst	14
Sieben gute Gründe für Organizing	16
DER ORGANIZING-KREISLAUF	18
Organisieren in vier Schritten	19
Impfen gegen die Angst	20
Wozu Gewerkschaft?	23
SCHRITT 1: ANLIEGEN FINDEN	24
Das 1:1-Gespräch	25
Gute Fragen für das 1:1-Gespräch	26
Übung 1:1-Gespräch	28
Das AHA-Schema für gute 1:1-Gespräche	30
SCHRITT 2: KOLLEGIINNEN ORGANISIEREN	32
MitreiterInnen finden	33
Die Organizing-Zielscheibe	34
Die Betriebslandkarte	37
Das Kommunikationsnetzwerk	40
Mit dem richtigen Anliegen starten	42
Kriterien für mobilisierungsfähige Anliegen	45

Die Aktiven treffen sich	46
Das Aktiventreffen planen	48
SCHRITT 3: KÄMPFEN LERNEN	52
Die Gegenseite kennen	53
Eine Kampagne planen	57
Phasen einer Kampagne	61
SCHRITT 4 – GEMEINSAM HANDELN	64
Schritt für Schritt den Druck erhöhen	65
Wir waren lange genug freundlich	71
Schluss mit lustig!	73
Nach der Aktion ist vor der Aktion	75
KAMPAGNEN & BEST-PRACTICE-BEISPIELE	78
Organisierungskampagnen	79
Mobilisierungskampagnen	83
Druckkampagnen	86
Organizing in der Gewerkschaft Bau-Holz	88
Organizing-Ausbildungsangebote	90
MATERIALIEN	92
AutorInnen	95

Einleitung:

1

Es geht um richtig viel!



Ivana hat genug. Ständig ordnet der Chef Überstunden an. Immer öfter soll sie auch am Wochenende arbeiten. Von wegen freiwillig! „Wenn es dir nicht passt, kannst du ja gehen.“ Das hat Ivana nicht erst einmal von ihrem Chef gehört. Und das, obwohl sie schon seit über zehn Jahren für die Firma arbeitet.

Ivana hat kaum noch Zeit für ihre Familie und ihre Freundinnen. Ihr letzter Kinobesuch ist eine halbe Ewigkeit her. Mittlerweile leidet auch ihre Gesundheit unter dem ständigen Arbeitsdruck. Sie denkt: „Mir reicht's, ich hol' mir Unterstützung. Alleine hab ich keine Chance!“



Ivana spricht mit ihrem Kollegen Erwin. Die beiden kennen sich schon viele Jahre und sind befreundet. „Wir sollten mit den anderen in deinem Team sprechen. Die haben ja dasselbe Problem!“ sagt Erwin. „Und wer nicht kämpft, der hat schon verloren!“

Nachdem die beiden mit ihren KollegInnen gesprochen haben, laden sie Maria vom Betriebsrat in ihre Abteilung ein. Ihnen ist klar, der Chef wird ihnen nichts schenken.



Das wird auch Ivana, Maria und Erwin bewusst, als sie mit ihren Anliegen zum Chef gehen. Sie sind fest entschlossen, die Arbeitsbedingungen in ihrer Firma zu verbessern. Doch das ist einfacher gesagt als getan! Obwohl sie konstruktive und fundierte Vorschläge machen, interessiert sich der Chef herzlich wenig dafür.

Maria, Ivana und Erwin sind überzeugt: „Wir waren lange genug freundlich. Jetzt ist Schluss mit lustig! Wir tun uns mit den anderen Kolleginnen und Kollegen zusammen und bauen eine Gewerkschaft im Betrieb auf!“



Einleitung:

1 Es geht um richtig viel!

So wie Ivana, Maria und Erwin geht es vielen von uns. Deshalb haben wir dieses Handbuch geschrieben. Wir wollen dich als Betriebsrat oder Betriebsrätin dabei unterstützen, deine KollegInnen im Betrieb zu ermutigen, sich für ihre Anliegen einzusetzen. Ob es um einen Pausenraum, mehr Personal oder mehr Lohn geht oder ob wir gleiche Chancen und ein gutes Leben für alle wollen – um unsere Anliegen gemeinsam durchsetzen zu können, müssen wir Macht aufbauen. Und dafür müssen wir uns gut organisieren.



Damit BetriebsrätInnen gegenüber den CheflInnen oder der Firmenleitung etwas erreichen können, brauchen sie nicht nur den Rückhalt der Belegschaft, sondern auch die Beteiligung von möglichst vielen KollegInnen.

Damit Gewerkschaftsorganisationen gegenüber UnternehmerInnenlobbies oder auch gegenüber der Politik etwas erreichen können, brauchen sie möglichst viele aktive Gewerkschaftsmitglieder. Ohne Druck von unten geht meistens gar nichts. So, let's organize!

Vor dir liegt ein Handbuch, das dich als Betriebsrat oder Betriebsrätin dabei unterstützen soll, in deinem Betrieb oder Arbeitsumfeld eine starke Gewerkschaftsbasis aufzubauen. Dafür ist es wichtig, dass möglichst viele KollegInnen Mitglied einer Gewerkschaftsorganisation werden. Doch das alleine reicht nicht (*siehe: Wozu Gewerkschaft?, Seite 23*).

Viele KollegInnen beklagen sich über Missstände im Betrieb, tun aber nichts dagegen. Einzelne KollegInnen kommen zu dir als Betriebsrat oder Betriebsrätin in der Erwartung, dass du die Probleme löst. So wie Maria hast auch du zwar immer ein offenes Ohr für deine KollegInnen und setzt dich für sie ein. Wenn es aber um Probleme geht, die viele KollegInnen betreffen, dann kannst du diese nicht alleine lösen. Dafür brauchst du MitstreiterInnen.

Sich aufregen ist ein erster wichtiger Schritt. Dabei werden wir uns oft unserer Situation bewusster. Doch davon alleine wird es nicht besser. Wenn wir bessere Arbeitsbedingungen, mehr Lohn und Respekt wollen, dann müssen wir etwas dafür *tun*.

Klar ist, die CheflInnen dieser Welt werden uns nichts schenken. Die gute Nachricht ist aber: Wie Marias KollegInnen können auch deine KollegInnen lernen, sich gegen permanenten Arbeitsdruck, schlechte Bezahlung und Respektlosigkeit zu wehren.

Gemeinsam mit deinen KollegInnen kannst du als Betriebsrat oder Betriebsrätin Macht in deinem Betrieb aufbauen. In diesem Handbuch findest du Werkzeuge, die dich dabei unterstützen.

Einleitung:

1 Es geht um richtig viel!



Monika Danilkow
Primetals Austria



„Organizing hat mir geholfen, einen Überblick über meinen Betrieb mit über 1.800 Kolleginnen und Kollegen zu bekommen. So haben wir unser Kommunikationsnetzwerk Prime.network aufgebaut. Damit können wir nun innerhalb kurzer Zeit wichtige MultiplikatorInnen mobilisieren.“



Manuela Rozin
Stabil/Haas Group



„Ich war sehr positiv überrascht, wie hilfreich Organizing-Werkzeuge in meiner täglichen Arbeit als Betriebsrätin waren. Wir haben einen Großteil unserer Kolleginnen und Kollegen erreicht. Heute haben wir im Betrieb auch einen hohen gewerkschaftlichen Organisationsgrad.“



„Die KollegInnen wissen selbst am besten, welche Maßnahmen zur Verbesserung ihrer Arbeitsplatzsituation notwendig sind. Als Betriebsrat arbeiten wir gemeinsam mit den Betroffenen, der Gewerkschaft, der Arbeiter- bzw. der Ärztekammer und letztlich mit dem Arbeitgeber an Verbesserungsmaßnahmen.“



Helmut Freudenthaler
MedCampus, Kepler Universitätsklinikum



„Organizing heißt, sich zusammenschließen und miteinander mehr erreichen. Nimm ein Soletti, das bricht leicht. Nimm ein dickes Bündel und es wird schwer. Eine alleine wird vom Chef schnell zurückgewiesen. Miteinander haben wir mehr Kraft und Stärke.“

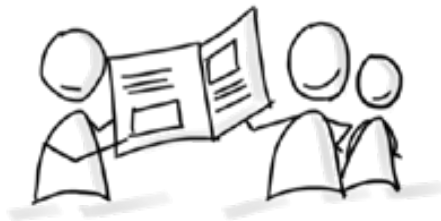


Christine Heitzinger
LEHA GmbH

Einleitung:

1 Es geht um richtig viel!

Gemeinsam lesen



Bücher liest du meist alleine – zuhause, in der Straßenbahn, im Urlaub. Dieses Handbuch liest du aber am besten gemeinsam mit den KollegInnen im Betriebsrat, im Betrieb oder auch mit Bekannten oder FreundInnen. Greift euch einzelne Organizing-Werkzeuge heraus und redet darüber.

Werkzeuge ausprobieren



Wir haben Organizing-Werkzeuge ausgewählt, die dich als Betriebsrat oder Betriebsrätin unterstützen eine starke Gewerkschaftsbasis in deinem Betrieb aufzubauen. Probier sie am besten gemeinsam mit deinen KollegInnen aus, die – so wie du – etwas bewegen wollen. In diesem Handbuch findest du dazu Übungen, Checklisten und Bilder.

Beispiele aus der Praxis



Es gibt BetriebsrätInnen, Betriebsgruppen und Gewerkschaftsorganisationen in Österreich und anderen Ländern, die mit Organizing ihre Anliegen erfolgreich durchgesetzt haben. Einige davon findest du in diesem Handbuch näher beschrieben.

Ein Buch für alle

Dieses Handbuch ist für BetriebsrätInnen geschrieben. Es soll dich aber auch dann unterstützen, wenn es in deinem Betrieb (noch) keinen Betriebsrat gibt. In diesem Fall lohnt es sich, wenn du dir Unterstützung von der zuständigen Gewerkschaftsorganisation holst. Informier dich über deine Rechte, bevor du loslegst!



Ein Buch von vielen

Es gibt viele Ideen, wie wir uns im Betrieb erfolgreich organisieren können. Manche davon gibt es glücklicherweise zum Nachlesen. So wurde etwa die Broschüre „Wir sind die Pflegekraft“ von Pflegekräften an der Universitätsklinik Hannover geschrieben, die ein Gewerkschaftsnetzwerk von Pflegekräften aufgebaut haben. Auch das Buch „Geheimnisse einer erfolgreichen Organizerin“ hat uns inspiriert. Einige Buch- und Filmtipps findest du am Ende des Handbuchs im Kapitel *Materialien*.



Please copy paste

Es gibt nicht das eine Rezept, das immer funktioniert. Aber wir kennen Organizing-Werkeuge, die sich bewährt haben. Und genau diese findest du in diesem Handbuch. Verwende alle Materialien, die dir brauchbar erscheinen, um dich im Betrieb zu organisieren. An manchen Stellen gibt es Verweise auf Handouts. Diese findest du online zum Download: www.organizing.at



Einleitung:

1 Es geht um richtig viel!

1. Organizing wirkt

Ob Druck in der Arbeit, schlechte Bezahlung oder zu wenig Personal – alleine hat zumeist niemand eine Chance. Doch mit möglichst vielen MitstreiterInnen, einer guten Strategie und einem langen Atem können wir in unserem Betrieb oder Arbeitsumfeld etwas bewegen.

2. Organizing spart Zeit

Mit Vertrauen und Kommunikation bauen wir eine starke Gewerkschaftsbasis im Betrieb auf. Dann müssen wir das Rad nicht jedes Mal neu erfinden. Wenn es wieder ein Problem mit den ChefInnen gibt, wissen alle, was zu tun ist.

3. Organizing ist nichts Neues

Sich organisieren hat schon oft funktioniert. Wir sind nicht die Ersten. Auch in Österreich gibt es erfolgreiche Beispiele von Organizing, wo wir uns Dinge anschauen können, wie im Gesundheitsbereich, in der Landwirtschaft oder im Baubereich.

4. Organizing ist etwas Neues

Gemeinsam mit unseren KollegInnen etwas zu erreichen, macht auch Spaß. Wir lernen einander dabei besser kennen – und entdecken vielleicht ungeahnte Fähigkeiten in den anderen und uns selbst. Und es ist einfach ein gutes Gefühl, sich aufeinander verlassen zu können!

5. Organizing ist einfach

Kleine erste Erfolgserlebnisse helfen uns dabei, neue MitstreiterInnen zu gewinnen. Wenn sich unsere KollegInnen zusammentun, dann erleben sie, dass sie etwas verändern können. Gemeinsam sind wir stark!

6. Organizing macht uns stark

Wir werden nicht immer gewinnen. Aber wer nicht kämpft, hat schon verloren. Deshalb gehen wir systematisch vor. Wir bereiten uns auf Konflikte vor, um sie bewusst führen zu können. Das hält uns wach und lässt die anderen nicht mehr schlafen.

7. Organizing ist unsere Chance

Wir brauchen starke Gewerkschaftsorganisationen – gerade in Zeiten wie diesen. Das erreichen wir mit möglichst vielen Gewerkschaftsmitgliedern, die aktiv für eine Verbesserung ihrer Arbeitsbedingungen eintreten. Gemeinsam können wir den Druck dorthin zurückgeben, wo er hingehört – an die Verantwortlichen: an den/die Chef/in, die Firmenleitung, EigentümerInnen, öffentliche AuftraggeberInnen, politische Parteien ... Organizing ist unsere Chance, als Gewerkschaft aus der Defensive herauszukommen.

2 Der Organizing-Kreislauf

Wenn es nach den CheflInnen und Firmenleitungen geht, dann sollen wir immer noch flexibler, immer noch länger, immer noch effizienter arbeiten. Darunter leiden viele KollegInnen jeden Tag. Einzelne wenden sich damit an den Betriebsrat.

Wenn eine Kollegin mit einem Problem ins Betriebsratsbüro kommt, klärt Maria die Sachlage, bespricht sich mit ihren BetriebsratskollegInnen und holt – wenn nötig – rechtlichen Rat bei ihrer Gewerkschaftssekretärin ein. In manchen Fällen geht sie zum Chef und versucht, auf dem Verhandlungsweg eine Lösung zu finden. Dabei handelt Maria häufig stellvertretend für ihre KollegInnen. Das erwarten diese auch von ihr. Oft gibt es jedoch Missstände im Betrieb, die viele KollegInnen betreffen. Und Maria alleine kann an ihnen oft nicht viel ändern. Dazu müssen die KollegInnen im Betrieb gemeinsam auftreten. Nur dann wird der Chef etwas daran ändern.



Wir brauchen mehr als nur gute Vorschläge, damit die Verantwortlichen etwas an den Missständen im Betrieb ändern. Wir müssen sie dazu bringen. Wir brauchen Macht, um unsere Anliegen durchsetzen zu können. Dafür müssen wir uns mit unseren KollegInnen gut organisieren. Und das ist nichts Einmaliges, sondern ein ständiger Kreislauf.

Schritt 1: Anliegen finden (siehe Seite 24)

Zu viel Arbeit, zu wenig Personal, respektlose Vorgesetzte – oft gibt es viele Missstände im Betrieb. Führe 1:1-Gespräche, um die konkreten Anliegen deiner KollegInnen herauszufinden. Selbst als Betriebsrat oder Betriebsrätin kannst du nicht alle Missstände auf einmal angehen – also beginne mit jenem Anliegen, das vielen KollegInnen unter den Nägeln brennt, das in der Belegschaft verbindend wirkt und das auch erreichbar scheint.

Schritt 2: KollegInnen organisieren (siehe Seite 32)

Um gemeinsam aktiv zu werden, braucht ihr Vertrauen und Verbindlichkeit. Bring jene KollegInnen zusammen, die etwas verändern wollen, damit sie sich austauschen und ein gemeinsames Anliegen finden. Baut gemeinsam ein stabiles Kommunikationsnetzwerk auf und überlegt einen Plan, wie ihr dieses Anliegen durchsetzen könnt.

Schritt 3: Kämpfen lernen (siehe Seite 52)

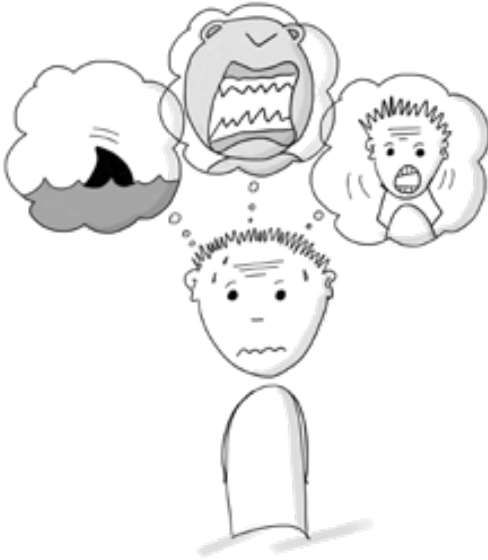
Um eure Anliegen gegenüber der Firmenleitung durchzusetzen, müsst ihr Macht im Betrieb aufbauen. Dafür solltet ihr die Hierarchien in der Firma kennen, das Umfeld des Unternehmens recherchieren und Aktionen planen, die Druck erzeugen. All diese Skills können du und deine KollegInnen lernen. Nicht alle müssen alles können. Wichtig ist, dass ihr euch die Aufgaben untereinander gut aufteilt.

Schritt 4: Gemeinsam handeln (siehe Seite 64)

Ihr werdet ein Anliegen nur dann erfolgreich durchsetzen, wenn ihr mit Aktionen Schritt für Schritt Druck erzeugt. Der/die Chef/in oder die Firmenleitung reagieren erst, wenn sie merken, dass es euch ernst ist und dass ihr den Druck auch erhöhen könnt. Klar ist, ihr müsst viele sein, um etwas zu erreichen. Plant daher Aktionen, die auch Spaß machen.



2 Der Organizing-Kreislauf



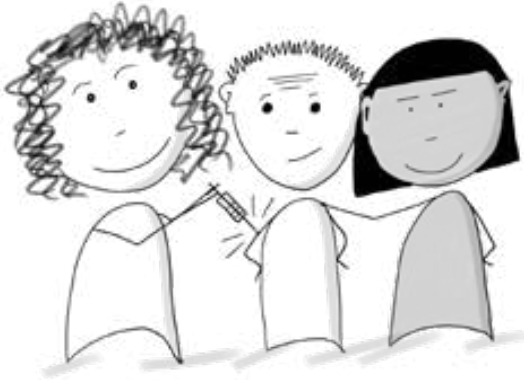
Ivana hat Maria aus dem Betriebsrat in ihre Abteilung eingeladen, um mit ihren KollegInnen über die aktuelle Situation zu sprechen. „Ständig Überstunden machen, ist für uns eine große Belastung. Wir müssen dem Chef klar machen, dass wir das nicht mehr wollen!“, sagt Ivana.

„Dann knöpft er sich uns alle einzeln vor“, fürchtet Peter, ein junger Kollege, der vor kurzem Vater geworden ist. „Das kann passieren“, antwortet Maria, „dann organisieren wir jedes

Mal eine Delegation zur Firmenleitung und alle kommen mit.“ Elena, eine langjährige Kollegin von Ivana, meint sorgenvoll: „Ihr habt ja recht, aber ich bin 56 Jahre alt. Ich kann es mir nicht leisten, diesen Job zu verlieren. Ich finde doch keinen anderen mehr.“ Ivana antwortet: „Ich verstehe, dass du Angst hast. Die habe ich auch. Aber was ist die Alternative? Wenn wir uns jetzt nicht dagegen wehren, dann sieht der Chef, dass er das mit uns machen kann. Das Leben ist aber mehr als nur die Arbeit. Außerdem hält das meine Gesundheit nicht mehr aus und deine auch nicht, Elena!“

Die Angst sitzt vielen unserer KollegInnen regelrecht in den Knochen. Das ist nicht verwunderlich. Es geht um nichts weniger als um den eigenen Arbeitsplatz. Viele unserer KollegInnen haben nie erlebt, dass man sich gegen Mächtigere durchsetzt. Sie können sich nicht vorstellen, dass das funktionieren kann und nehmen die Missstände hin.

Angst lähmt uns und macht uns ohnmächtig. Das wissen ChefInnen oder die Firmenleitung und nutzen es für sich. Deshalb müssen wir uns dagegen „impfen“.



Wir lassen uns impfen, damit unser Körper einen Krankheitserreger bereits kennt und weiß, wie er im Fall des Falles reagieren muss, damit wir nicht krank werden. Im Umgang mit der Angst ist es ähnlich:

Anstatt uns alleine zu fürchten, sollten wir uns auf den Fall vorbereiten, dass der/die Chef/in oder die Firmenleitung mit unserer Angst spielt. Wir sollten darüber sprechen, wie wir uns in schwierigen Situationen gegenseitig unterstützen können. Wir gehen gemeinsam und bewusst mit unserer Angst um.

Peter berichtet von seiner letzten Erfahrung mit dem Chef: „Als ich um meine Väterkarenz angesucht habe, hat mich der Chef zu sich ins Büro gerufen. Er meinte, meine Kollegen fänden es peinlich, dass ich zuhause bei meinem Kind bleiben möchte. Ich wollte etwas sagen, doch ich hatte einen Frosch im Hals.“

2 Der Organizing-Kreislauf

Ivana versteht Peter nur allzu gut: „Der Chef ist ein Choleriker! Da ist es schwierig, die richtigen Worte zu finden.“ Maria ergänzt: „Sobald wir Forderungen stellen, wird das dem Chef nicht gefallen. Wir müssen also damit rechnen, dass er Einzelne zu sich zitieren und uns gegeneinander ausspielen wird. Deshalb gehen wir niemals alleine zum Chef, dokumentieren alle Gespräche mit ihm und informieren die anderen Kolleginnen und Kollegen darüber. Wenn uns der Chef unter Druck setzt, dann wissen wir, was wir zu tun haben. Dann müssen auch wir den Druck erhöhen.“

Manche von Ivanas KollegInnen fragen sie, wozu es eine Gewerkschaft im Betrieb braucht. Sie denken: Gewerkschaft, das sind alles Bonzen, die nur in die eigene Tasche arbeiten. Einige denken an einen alten verstaubten Apparat mit Zentrale irgendwo in Wien. Andere haben schlechte Erfahrungen mit dem früheren Betriebsrat gemacht, und der hatte auch irgendwas mit der Gewerkschaft zu tun. Ivana betont, dass es ihr um ihre Arbeitssituation geht: „Ich will, dass sich hier etwas verbessert“.

Für Ivana ist klar: „Wenn wir uns im Betrieb zusammentun und wir unsere Anliegen durchsetzen, dann ist das Gewerkschaft.“

Darüber hinaus gibt es auch Gewerkschaftsorganisationen, bei denen man Mitglied werden kann. Sie bieten ihren Mitgliedern beispielsweise rechtliche Beratung und Vertretung.

„Ich war lange Zeit kein Gewerkschaftsmitglied“, sagt Maria. „Heute denke ich anders. Die Beratung der Profis kann ich für meine Arbeit im Betrieb gut brauchen. Und viele wichtige Probleme können wir in unserer Firma alleine gar nicht lösen. Mindestlöhne, Arbeitszeiten oder Urlaubs- und Weihnachtsgeld werden nämlich für die gesamte Branche geregelt. Wir brauchen also eine starke Gewerkschaftsbasis hier im Betrieb und auch starke Gewerkschaftsorganisationen für die größeren Fragen – gerade in Zeiten wie diesen. Es geht um unsere Rechte!“

Gewerkschaftsmitglieder zahlen ein Prozent von ihrem Bruttolohn bzw. Bruttogehalt, um all das zu finanzieren. Aber auch zum Beispiel dafür, dass Maria, Ivana und Erwin ein Organizing-Training (siehe: *Organizing-Ausbildungsangebote, Seite 90*) oder eine andere gewerkschaftliche Weiterbildung besuchen können.

Schritt 1:

3 Anliegen finden



Darum geht's

Unsere KollegInnen treten nicht gegen Misstände im Betrieb auf, nur weil sie darüber empört sind. Sie setzen sich aktiv für etwas ein, wenn es sie persönlich betrifft und sie die Hoffnung haben, dass es besser werden kann. Deshalb müssen wir herausfinden, welches der vielen Anliegen unseren KollegInnen am meisten unter den Nägeln brennt.

So wird's gemacht

Diese „brennendsten“ Anliegen unserer KollegInnen finden wir am besten im persönlichen 1:1-Gespräch heraus, das dem AHA-Schema (Ärger-Hoffnung-Aktion) folgt. Hilfreich dabei sind gute Fragen.

Das bringt's

In 1:1-Gesprächen erfahren wir von den Anliegen unserer KollegInnen. Im persönlichen Gespräch bauen wir Vertrauen zueinander auf. Ob 1:1-Gespräch, Flugblatt, Aktiventreffen oder Betriebsversammlung – das AHA-Schema hilft in vielen Situationen.

Ob Personalmangel, Überstunden oder Arbeitsdruck, als Betriebsrätin kennt Maria die Probleme in ihrem Betrieb. Doch viele von Marias KollegInnen haben sich mit den Missständen im Betrieb abgefunden. Manche haben Angst vor Konflikten. Manche KollegInnen sind verärgert, andere enttäuscht. Wieder andere sind traurig darüber. Oft reden die KollegInnen nicht über ihre Probleme. Doch wenn wir sie lösen wollen, müssen wir als erstes über sie sprechen.

In 1:1-Gesprächen geht es darum, die Anliegen deiner KollegInnen herauszufinden. Deine KollegInnen werden sich dann aktiv für eine Verbesserung einsetzen, wenn es um *ihre* Anliegen geht und sie auch die Hoffnung haben, dass sie etwas zum Besseren verändern können.

Damit deine KollegInnen aktiv werden, müssen Ärger und Hoffnung größer sein als die Angst vor dem/der Chef/in oder der Firmenleitung. Indem dir deine KollegInnen erzählen, wie es ihnen in der Arbeit geht, werden sie sich ihres Ärgers, ihrer Enttäuschung und letztlich der zugrunde liegenden Ungerechtigkeit bewusst.

Ob E-Mail, Messenger oder Facebook – durch die Digitalisierung gibt es zwar viele neue Möglichkeiten zu kommunizieren. Wenn es aber um die Anliegen deiner KollegInnen geht, ist das persönliche Gespräch durch nichts zu ersetzen. Im persönlichen Gespräch baust du eine Beziehung und Vertrauen zu deinen KollegInnen auf.

Schritt 1:

3 Anliegen finden

Um die Anliegen deiner KollegInnen herauszufinden, stellst du am besten offene Fragen. Würdest du nur Fragen stellen, die dein Gegenüber mit Ja oder Nein beantworten kann, ist das Gespräch bald zu Ende. Hör gut zu und frag nach. „Fische“ nicht nach Antworten, die du selbst gerne hören willst. Nimm dir für ein 1:1-Gespräch immer ausreichend Zeit.

1. Offene Einstiegsfragen

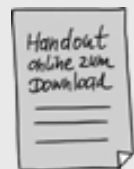
- » Wie war deine letzte Schicht?
- » Wie ist dein Tag bis jetzt gelaufen?
- » Wie läuft es gerade in deiner Abteilung?
- » Welche Probleme gibt es auf deiner Station?
- » Was würdest du ändern?

2. Genaue Nachfragen

- » Wie wirkt sich diese Situation auf deine Arbeit aus?
- » Was heißt das konkret?
- » Kannst du mir das genauer beschreiben?
- » Wieviele KollegInnen haben dieses Problem?
- » Wie oft kommt das vor?
- » Wer ist für das Problem verantwortlich?
- » Was habt ihr dagegen unternommen?

3. Tiefgehende persönliche Fragen

- » Wie geht es dir mit dieser Situation?
- » Wie gehst du nach so einem Arbeitstag nach Hause?
- » Was sagen deine Familie/FreundInnen dazu?
- » Wie wirkt sich die Situation auf deine Gesundheit aus?
- » Wie lange hältst du das noch aus?



Gute Fragen für das 1:1-Gespräch

3.2

Damit deine KollegInnen aktiv werden, müssen sie sich meist einen Schritt aus ihrer Komfortzone hinaus bewegen. In 1:1-Gesprächen kannst du deine KollegInnen dabei unterstützen.

Richtig geführte 1:1-Gespräche führen zu Aktionen. Das ist zentral. Erst wenn deine KollegInnen etwas *tun*, spüren sie, dass sie etwas bewirken können und lernen sie sich aufeinander zu verlassen. Auf diese Weise wird auch die Angst vor dem/der Chef/in oder der Firmenleitung kleiner.



Schritt 1:

3 Anliegen finden

Vielleicht kommt es dir komisch vor, 1:1-Gespräche mit deinen KollegInnen zu führen. Manche davon kennst du schließlich schon seit vielen Jahren. Solange ihr aber nur nebeneinander herarbeitet und allenfalls beim Kaffee kurz plaudert, werdet ihr wahrscheinlich nicht gemeinsam aktiv werden. Mit einem 1:1-Gespräch schaffst du Vertrauen zueinander – und die nötige Verbindlichkeit.

Vor der Übung

- » Wenn ihr diese Übung in einem Training oder einer Betriebsratssitzung macht, bildet 2er-Teams.
- » Wenn du das alleine liest, frag eine/n Freund/in oder ein Familienmitglied, ob er/sie dich unterstützen kann.
- » Eine Person ist der/die „Organizer/in“, die andere ein/e Beschäftigte/r. Tauscht anschließend die Rollen.
- » Nehmt euch für diese Übung mindestens eine halbe Stunde Zeit.
- » Frag die andere Person nach ihrer richtigen Arbeit. Stell dir vor, du bist ein/e Kollege/Kollegin von ihr/ihm. Stellt euch vor, ihr trefft euch in der Kantine.

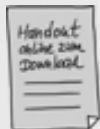
1. Fang mit dem Anliegen an

Stell zunächst so viele Fragen wie nötig, um herauszufinden, was dein Gegenüber so richtig nervt. Wenn du das Gefühl hast, das Anliegen gefunden zu haben, das deine/n Gesprächspartner/in besonders beschäftigt, frag genau nach und geh dabei in die Tiefe (*siehe: Gute Fragen für das 1:1-Gespräch, Seite 26*).

2. Gib Hoffnung

Mach deinem Gegenüber klar, dass sich nur dann etwas an diesem Problem ändern wird, wenn sich möglichst viele KollegInnen im Betrieb zusammentun. Frag dein Gegenüber, ob er/sie das auch so sieht.

Hier ein Beispiel, wie es Maria formuliert, wenn sie 1:1-Gespräche mit KollegInnen führt:



„Das Problem, das du beschreibst, haben viele KollegInnen hier im Betrieb. Wir können daran aber nur dann etwas verbessern, wenn wir uns beraten und gemeinsam einen Plan machen. Was sagst du dazu?“

3. Triff eine Vereinbarung

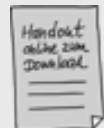
Wichtig ist, dass du ein 1:1-Gespräch immer mit einer Vereinbarung abschließt. Ansonsten entsteht bei deinem Gegenüber der Eindruck, du würdest das Problem stellvertretend für ihn oder sie lösen. Überleg dir vor der Übung eine konkrete Aktion, die zu dieser Person passen könnte. Eine Aktion kann beispielsweise sein, ein Flugblatt in ihrer Abteilung zu verteilen. Eine Aktion kann auch sein, mit weiteren KollegInnen über deren Anliegen zu sprechen oder zum Aktiventreffen zu kommen (*siehe: Die Aktiven treffen sich, Seite 46*).

Mit KollegInnen, die dir zustimmen, solltest du unbedingt eine verbindliche Verabredung treffen. Frag immer nach der Telefonnummer und der E-Mail-Adresse, damit du ihn oder sie zu einem nächsten Treffen oder einer Aktion einladen kannst.

Manche KollegInnen haben Vorbehalte mitzumachen. Das müssen wir akzeptieren, denn unsere KollegInnen haben dafür legitime Gründe – oftmals haben sie Angst (*siehe: Mögliche Gründe von Unbeteiligten, sich nicht zu organisieren, Seite 38*). Zugleich solltest du mit deinen KollegInnen darüber sprechen, wie sich die Missstände in der Arbeit auf ihr Leben auswirken. Wenn du feststellst, dass das bei deinem Gegenüber der Fall ist, solltest du dir trotzdem seine/ihre Sorgen anhören. Vielleicht ist er/sie zu einem späteren Zeitpunkt bereit, mitzumachen.

4. Mach dir Notizen

Du redest mit vielen KollegInnen. Mach dir daher während oder nach einem 1:1-Gespräch Notizen darüber, was dir die jeweilige Person erzählt hat. So vergisst du nicht, welche Kollegin/welcher Kollege welches Anliegen hat.



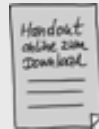
Schritt 1:

3 Anliegen finden

Nach der Übung

Bitte dein Gegenüber um Feedback:

- » Hast du sein/ihr „brennendstes“ Anliegen herausgefunden?
- » Hatte er/sie noch andere Anliegen?
- » Welche Teile des Gesprächs haben ihn/sie nachdenklich gemacht?
- » Welche Teile haben Spaß gemacht?
- » Wenn er/sie zugestimmt hat, aktiv zu werden, was hat ihn/sie dazu veranlasst?
- » Wenn nicht, was könnte ihn/sie dazu bringen, seine/ihre Meinung zu ändern?



Ein zielorientiertes 1:1-Gespräch folgt dem AHA-Schema: Es führt vom Ärger über die Hoffnung zur Aktion. Eine Faustregel beim 1:1-Gespräch: Den Großteil der Zeit solltest du zuhören – und wenn du etwas sagst, dann hauptsächlich, um Fragen zu stellen.

1. Ärger (Anger)

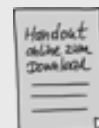
Frag deine KollegInnen, was sie so richtig nervt. Alle Probleme einmal auszusprechen, hilft dabei, über nächste Schritte zu ihrer Lösung nachzudenken. Sprich mit ihnen darüber, warum die Missstände da sind, ob sie so sein müssen und wer von ihnen profitiert.

2. Hoffnung (Hope)

Deine KollegInnen brauchen – so wie auch du selbst – die Hoffnung, dass sie etwas bewegen können. Wenn *du* eine Idee davon hast, wie ihr es angehen könnt, dann bekommen auch deine KollegInnen eine Vorstellung davon und wissen, warum es sich zu kämpfen lohnt.

3. Aktion (Action)

ChefInnen und Firmenleitungen reagieren erst, wenn sie merken, dass es euch ernst ist. Mit Aktionen erzeugt ihr Druck, den ihr Schritt für Schritt erhöht. Mit Aktionen gewinnt ihr MitstreiterInnen.



Das AHA-Schema für gute 1:1-Gespräche

3.4



Schritt 2:

4 KollegInnen organisieren



Darum geht's

Um uns im Betrieb zu organisieren, brauchen wir möglichst viele MitstreiterInnen und ein stabiles Kommunikationsnetzwerk. Damit sind wir in der Lage, rasch untereinander zu kommunizieren.

So wird's gemacht

Wir organisieren regelmäßige Aktiventreffen und laden jene KollegInnen dazu ein, die an den Missständen im Betrieb etwas ändern wollen. Wir einigen uns auf das Anliegen, das sich für den Start eignet. Wir überlegen, wie viele MitstreiterInnen wir brauchen und wie wir sie ins Boot holen.

Das bringt's

Je besser eine Belegschaft organisiert ist, desto weniger lassen sich KollegInnen im Arbeitsalltag von den CheflInnen gefallen und desto eher unterstützen sich KollegInnen gegenseitig. Das erleichtert auch die alltägliche Betriebsratsarbeit.

Maria, Ivana und Erwin wissen, dass sie zu dritt nicht viel erreichen werden. Und sie wissen auch: Gerade zu Beginn sind die wenigsten KollegInnen voll dabei, wenn es darum geht, für die eigenen Anliegen zu kämpfen. „Peter würde vielleicht eine Petition unterschreiben oder ein Flugblatt an seine KollegInnen verteilen“, überlegt Ivana laut. „Elena traut sich das wahrscheinlich nicht. Doris ist dafür fix dabei.“ Maria denkt an ihre BetriebsratskollegInnen: „Ayse, meine Stellvertreterin, und auch Andrea sind sicherlich mit dabei. Die beiden haben außerdem einen guten Draht zu ihren KollegInnen. Mehmed und Irene sind zwar nicht in der ersten Reihe. Aber sie unterstützen uns. Auch unter den ErsatzbetriebsrätInnen gibt es einige UnterstützerInnen.“ „Wir sollten bei den Gewerkschaftsmitgliedern anfangen“, ist Maria überzeugt. „Was ist eigentlich mit der Edma aus deiner Abteilung, Ivana?“ fragt Erwin. „Die hat sich vom Chef noch nie etwas gefallen lassen und sie ist Gewerkschaftsmitglied.“

Sprich mit deinen BetriebsratskollegInnen darüber, welche eurer KollegInnen potenzielle MitstreiterInnen sind. Ihr könnt euch das wie eine Zielscheibe vorstellen. Manche KollegInnen – wie Doris und Edma – finden die Idee gut und sind im Kernteam. KollegInnen wie Elena können damit noch nicht viel anfangen und sind weiter weg. Es geht um eine erste Einschätzung. Ob eure KollegInnen wirklich dort stehen, wo ihr sie seht, zeigt sich in 1:1-Gesprächen und vor allem daran, ob sie auch tatsächlich aktiv werden.

Dein Ziel ist es, MitstreiterInnen zu finden und diese Schritt für Schritt näher ins Zentrum zu bringen. Wichtige AnsprechpartnerInnen sind Gewerkschaftsmitglieder in deinem Betrieb. Nimm dafür Kontakt mit deiner Gewerkschaftsorganisation auf.

Schritt 2:

4 KollegInnen organisieren

In einem ersten Schritt brauchst du ein **Kernteam**. Das sind KollegInnen wie Ivana und Erwin, die etwas verändern wollen und auch bereit sind, einen Anfang zu machen. Das Kernteam besteht idealerweise aus Mitgliedern des Betriebsrats wie Maria, Ayse und Andrea sowie KollegInnen aus verschiedenen Abteilungen und Bereichen. Im Kernteam vertraut ihr einander und zerbricht euch darüber den Kopf, wie ihr andere KollegInnen ins Boot holt.

Rund um das Kernteam baut ihr ein Netzwerk auf, damit ihr in der Lage seid, in der Belegschaft möglichst rasch zu kommunizieren. Dafür braucht ihr **Aktive**. Das sind KollegInnen, wie Doris, die es wichtig finden, dass sich etwas verändert und die dafür auch etwas tun. Sie geben Informationen verbindlich weiter, hören ihren KollegInnen zu und motivieren sie mitzumachen.



Quelle: Labor Notes

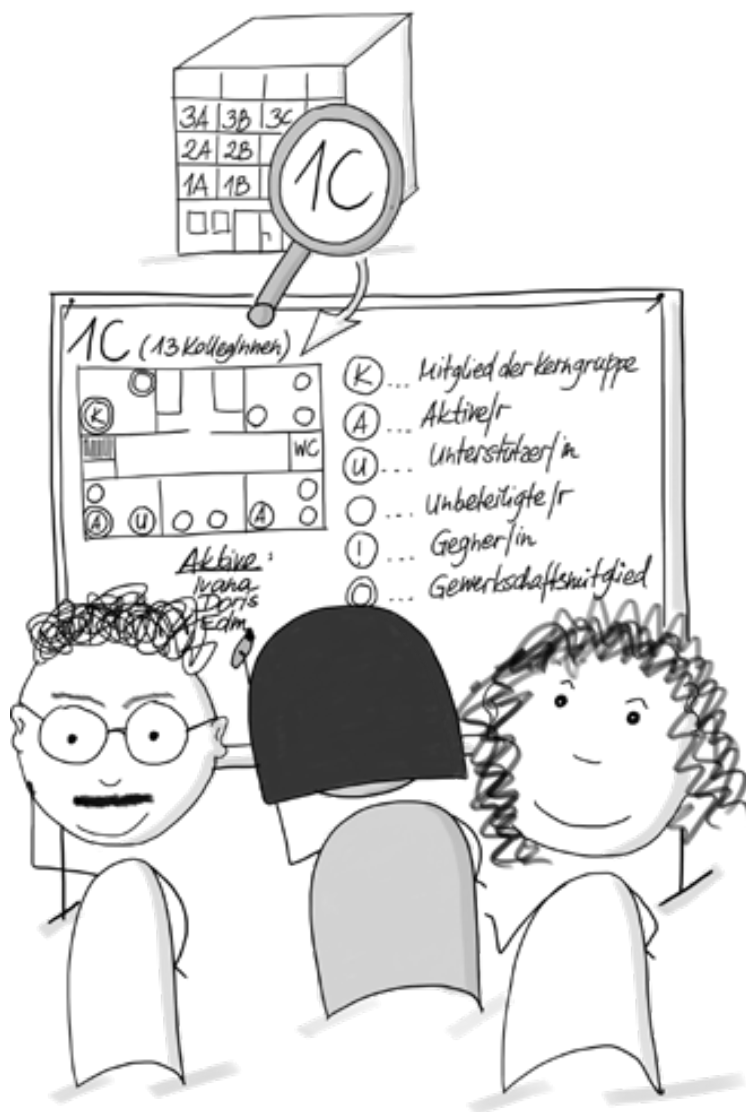
Unterstützerinnen sind KollegInnen, wie Peter. Sie machen bei Aktionen mit. Sie unterschreiben beispielsweise eine Petition, kommen zur Betriebsversammlung und verteilen Flugblätter. Sie übernehmen aber keine Verantwortung und mobilisieren keine weiteren KollegInnen.

Die meisten KollegInnen sind **Unbeteiligte**. Sie glauben von sich, dass sie neutral sind und wollen sich daher nicht beteiligen. Häufig haben diese KollegInnen Angst vor Konflikten – oft mit gutem Grund, weil sie beispielsweise wie Elena schon älter sind und sie ein Jobverlust deshalb besonders hart treffen würde. Es gibt Unbeteiligte, die euch im 1:1-Gespräch (*siehe: Seite 25*) erzählen, wie sehr sie unter den Missständen im Betrieb leiden. Wenn es aber darum geht, aktiv etwas dagegen zu tun, machen sie nicht mit. Euer Ziel ist es, aus Unbeteiligten UnterstützerInnen zu machen. Deshalb solltet ihr auch die Gründe kennen, warum sich manche KollegInnen nicht organisieren (*siehe: Seite 38*).

Manchmal gibt es auch **GegnerInnen**. Es macht jedoch wenig Sinn, euch an diesen KollegInnen abzarbeiten. Sie stehen eurem Anliegen bzw. der Idee, eine Gewerkschaftsbasis im Betrieb aufzubauen, feindselig gegenüber. Das kann unterschiedliche Gründe haben. Es macht mehr Sinn, zuerst ein Kernteam zu haben und sich dann gemeinsam mit Aktiven und UnterstützerInnen auf die vielen Unbeteiligten zu konzentrieren.

Schritt 2:

4 KollegInnen organisieren



Welche KollegInnen unterstützen uns wie sehr? Darüber solltet ihr stets einen guten Überblick haben. Am besten geht das, indem ihr es aufschreibt – in Form einer Betriebslandkarte. Mit der Betriebslandkarte seht ihr auf einen Blick, wie gut ihr bereits aufgestellt seid, um eure Anliegen im Betrieb durchzusetzen.

Maria, Ivana und Erwin arbeiten in einem großen Betrieb. „Irgendwo müssen wir anfangen“, schlägt Maria vor. „Gehen wir zunächst deine Abteilung durch, Ivana.“ Ivana nimmt einen dicken Flipchartstift und macht eine grobe Skizze ihrer Abteilung. Es ist die Abteilung 1C.

Ivana malt zunächst einen Kreis für sich selbst. Dann geht sie ihre KollegInnen nacheinander durch: „Ich arbeite eng mit Elena zusammen. Sie ist zwar Gewerkschaftsmitglied, Konflikte geht sie aber meist aus dem Weg. Dann gibt es die Doris: Sie ist auch Gewerkschaftsmitglied und hat die Schnauze so richtig voll. Sie merkt sich alle Geburtstage und muntert die KollegInnen oft auf. Die anderen KollegInnen schätzen sie sehr. Doris ist, glaube ich, eine Aktive.“ Ivana malt zwei weitere Kreise auf das Flipchart: einen für die Elena, einen für die Doris.

Dann überlegt sie weiter: „Die Doris versteht sich gut mit dem Peter. Die beiden gehen immer gemeinsam rauchen. Den Peter halte ich für einen Unterstützer. Und dann ist da noch die Edma. Sie ist zwar kein Gewerkschaftsmitglied, aber auch sie ist dabei, wenn wir sie fragen. Die übrigen KollegInnen sind, wie die Elena, eher Unbeteiligte.“

Die erste Betriebslandkarte zeichnest du am besten mit deinen BetriebsratskollegInnen. Dann ergänzt du sie zusammen mit deinen KollegInnen aus dem Kernteam. Später nimmst du die Betriebslandkarte auch zu Aktiventreffen (siehe: Seite 46) mit. Aktualisiert eure Betriebslandkarte regelmäßig. Auf diese Weise bekommt ihr ein Gefühl dafür, wie durchsetzungsstark ihr als Belegschaft bereits seid.

Schritt 2:

4 KollegInnen organisieren

Mögliche Gründe von Unbeteiligten, sich nicht zu organisieren

Den einfacheren Weg gehen

Anliegen durchsetzen ist nicht immer einfach. Wir müssen mit anderen darüber sprechen, was wir wollen und müssen auf einen gemeinsamen Nenner kommen. Wenn wir uns nicht organisieren, sparen wir Zeit und Nerven.

Konflikte vermeiden

Eine Auseinandersetzung mit ChefInnen ist meistens konfliktreich. Auch zwischen KollegInnen kann es zu Konflikten kommen, wenn wir uns beispielsweise auf ein Anliegen oder auf Aktionen einigen wollen. Wenn wir uns nicht organisieren, gehen wir möglichen Konflikten aus dem Weg.

Druck von der Gegenseite

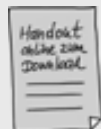
Manche ChefInnen drohen ihren Beschäftigten – mehr oder weniger offen – mit Rauschmiss oder Standortverlagerung. KollegInnen glauben, wenn sie sich ruhig verhalten, bleibt alles, wie es ist. Doch das ist ein Irrglaube: Denn nun weiß die Gegenseite, dass sie alles mit uns machen kann.

Lieber alleine kämpfen

Einzelne KollegInnen haben in der Vergangenheit versucht, etwas im Betrieb zu verändern. Doch sie sind gescheitert, weil sie sich nicht gemeinsam mit ihren KollegInnen organisiert haben. Als EinzelkämpferInnen sind wir es nicht gewohnt, uns gemeinsam mit anderen für etwas einzusetzen.

Jammern ist bequemer

Um unsere Anliegen durchzusetzen, müssen wir einen Schritt raus aus unserer Komfortzone machen. Doch Veränderung ist auch anstrengend. Wenn wir uns nicht organisieren, können wir weiter über die Missstände jammern.



Wenn du mit deinen KollegInnen Anliegen erfolgreich durchsetzen willst, geht es um mehr als den Austausch von Informationen. Es braucht Vertrauen und Verbindlichkeit zwischen dir und deinen KollegInnen. Aus einer unverbindlichen KollegInnenschaft sollte ein stabiles Kommunikationsnetzwerk entstehen. Deshalb: Information ist gut, Kommunikation ist besser.

Wenn Marias Chef über neue Maßnahmen informieren will, geht das meist schnell. Er ruft die Personalabteilung an, damit sich diese darum kümmert. Die Personalabteilung informiert die BereichsleiterInnen. Innerhalb kürzester Zeit wissen alle KollegInnen im Betrieb Bescheid. Als Betriebsrätin will Maria ebenfalls in der Lage sein, rasch über die Arbeit des Betriebsrats oder die nächste Aktion zu informieren. Außerdem braucht sie laufend Informationen über die Anliegen in der Belegschaft.

Im Gegensatz zu ihrem Chef verfügt Maria über keine hierarchische Struktur. Als Betriebsrätin will Maria auch keine Hierarchie innerhalb der Belegschaft. Sie will ihren KollegInnen auf Augenhöhe begegnen. Zugleich braucht Maria eine verlässliche Struktur, mit der sie als Betriebsrätin rasch mit ihren KollegInnen kommunizieren kann. Dafür braucht sie KollegInnen wie Ivana und Erwin.

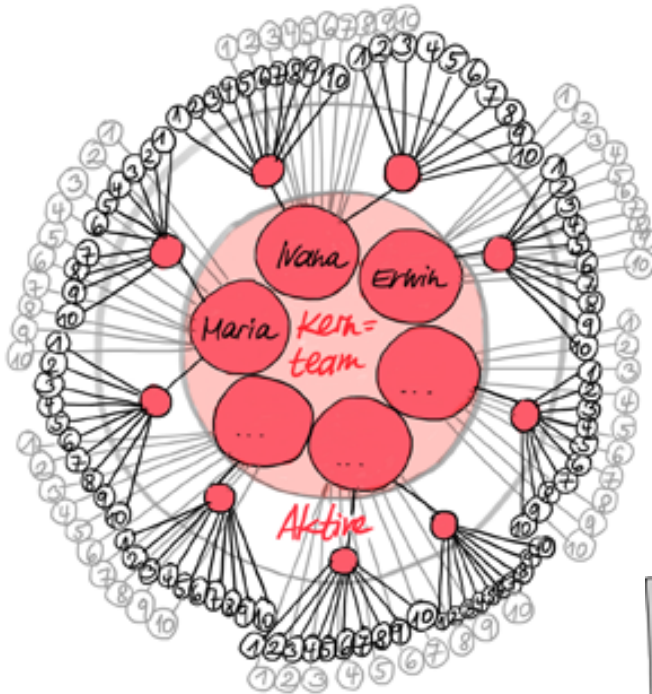
Mit Hilfe der Organizing-Zielscheibe und der Betriebslandkarte haben Maria, Ivana und Erwin begonnen, Aktive zu identifizieren (siehe: MitstreiterInnen finden, Seite 33). Nun geht es darum, mit diesen KollegInnen in Kontakt zu kommen und mit ihnen über ihre Anliegen zu sprechen. Gemeinsam überlegen sie, wer am besten mit welchen KollegInnen spricht.

Schritt 2:

4 KollegInnen organisieren

Das wichtigste Ziel des Kernteams ist es, Aktive oder – wie es in manchen Betrieben heißt – Vertrauenspersonen zu finden. Aufgabe der Aktiven ist es, sich um die Kommunikation mit bis zu zehn KollegInnen zu kümmern. Auf diese Weise baut ihr ein Kommunikationsnetzwerk auf, das im Laufe der Zeit größer und stabiler werden sollte – wie ein kleiner Schneeball, den ihr auf dem Boden rollt bis ihr einen Schneemann damit bauen könnt.

In Marias, Ivanas und Erwins Betrieb arbeiten 150 KollegInnen. In dem Fall sollten sie zusammen mindestens 15 Aktive sein. Dann stehen 1:1-Gespräche an: Das Kernteam und die Aktiven führen 1:1-Gespräche mit jeweils 10 weiteren KollegInnen. Das Kernteam und die Aktiven stehen in ständigem Kontakt.



Manche KollegInnen arbeiten in derselben Abteilung oder sind, wie Ivana und Erwin, befreundet. Manche KollegInnen haben den selben Arbeitsweg oder machen gemeinsam Rauchpause. Manche KollegInnen mögen einander nicht. Zwischen manchen gibt es sogar Konflikte.

Idealerweise führst du 1:1-Gespräche immer mit jenen KollegInnen, zu denen bereits eine Beziehung besteht, also KollegInnen, die du magst und die auch dich mögen (siehe: Das 1:1-Gespräch, Seite 25). Wenn du bereits ein Kernteam hast, teilt euch die anstehenden 1:1-Gespräche untereinander auf.

Ivana hat einen Plan: „Zuerst werde ich mit der Doris und der Edma reden. Die Doris werd ich fragen, ob sie mit dem Peter sprechen kann. Schließlich verstehen sich die beiden gut. Und dann sprech ich mit der Elena.“ „Mit der Tamara aus deiner Abteilung kann ich reden“, wirft Erwin ein. „Wir kennen uns schon lange. Unsere Kinder sind in denselben Kindergarten gegangen.“

Ein stabiles Kommunikationsnetzwerk ermöglicht euch, Informationen auszutauschen, rasch miteinander zu kommunizieren und untereinander Vertrauen aufzubauen. Euer Kommunikationsnetzwerk ist wie der Klebstoff, der euch als Belegschaft zusammenhält.

Wichtig ist, dass ihr eine gemeinsame Sprache findet. Das heißt nicht, dass ihr alle Hochdeutsch sprechen müsst – im Gegenteil. Denn ihr wollt Vertrauen untereinander aufbauen. Überlegt daher, wie ihr mit Unterschieden zwischen den KollegInnen konstruktiv und solidarisch umgeht. Findet Aktive aus den verschiedenen sozialen Gruppen im Betrieb. Um eure Anliegen erfolgreich durchsetzen zu können, müsst ihr an einem Strang ziehen. Bei Aktiventreffen (siehe: Seite 46) kann es beispielsweise hilfreich sein, Übersetzung zu organisieren und die wichtigsten Punkte auf ein Flipchart zu schreiben anstatt nur darüber zu reden.

Schritt 2:

4 KollegInnen organisieren

In Marias, Ivanas und Erwins Betrieb gibt es viele Probleme. Deshalb haben auch ihre KollegInnen unterschiedliche Anliegen. Manche davon, wie der chronische Personalmangel, sind jedoch nicht auf die Schnelle lösbar. Vor allem, weil es in Marias Betrieb (noch) nicht den notwendigen gewerkschaftlichen Organisationsgrad gibt, den es bräuchte, um einen großen Konflikt gewinnen zu können. Diese Stärke müssen Maria und ihre KollegInnen erst aufbauen.

Gerade zu Beginn ist es wichtig, dass deine KollegInnen Erfolg haben. Wenn sie ihre Anliegen durchsetzen können, dann spüren sie selbst, was eine starke Gewerkschaftsbasis im Betrieb bringt und weshalb es sich lohnt, Mitglied einer Gewerkschaftsorganisation zu sein (siehe: Wozu Gewerkschaft? Seite 23).



Wenn ihr eure Anliegen im Betrieb durchsetzen wollt, solltet ihr euch zunächst auf ein Thema konzentrieren. Denn oft gibt es viele Probleme im Betrieb, die ihr nicht alle gleichzeitig angehen könnt. Das Anliegen, mit dem ihr startet, sollte viele KollegInnen betreffen und ihnen auch unter den Nägeln brennen. Wichtig ist auch, dass es die Belegschaft verbindet und dass ein Konflikt mit dem/der Chef/in oder der Firmenleitung gewinnbar scheint (siehe: Kriterien für mobilisierungsfähige Anliegen, Seite 45).

In 1:1-Gesprächen hört Ivana den KollegInnen aus ihrer Abteilung viel zu und fragt nach. Sie stößt dabei auf Anliegen, mit denen sie nicht gerechnet hätte. So erzählt Ivana dem Kernteam von ihren Gesprächen:

„Bei uns machen alle Überstunden, denn es fehlt an Personal. Doch was momentan die meisten KollegInnen viel mehr aufregt, ist das neue Arbeitszeiterfassungssystem. Es ist umständlich und oft fehlerhaft. Viele KollegInnen erledigen ihre Arbeitszeitaufzeichnungen daher in ihrer Freizeit. Ein weiteres Problem ist, dass die Arbeitskleidung nicht rechtzeitig aus der Reinigung zurückkommt. Der Chef lässt die Wäsche nur noch einmal in der Woche abholen. Das würde angeblich Kosten sparen.“

„Wir müssen daher oft in schmutziger Arbeitskleidung arbeiten“, fährt Ivana fort. „Die Doris hat sich so richtig darüber aufgeregt. Sie meinte, sie arbeitet seit Jahren wie ein Tier für die Firma und macht dauernd Überstunden. Jetzt muss sie sich mit dem fehlerhaften Arbeitszeiterfassungssystem herumschlagen. Das Schlimmste für sie ist aber, dass sie stinkt, nur weil der Chef sich nicht um saubere Arbeitskleidung kümmert. Sie meinte, ihr reicht's!“

Achtet darauf, dass ihr eine Entscheidung trefft, die von allen Beteiligten getragen wird (siehe: Tipps für gute Entscheidungen, Seite 47). Denn wenn KollegInnen nicht überzeugt sind, werden sie sich auch nicht dafür einsetzen. Die Devise lautet daher: sorgfältig abwägen und gemeinsam entscheiden.

Schritt 2:

4 KollegInnen organisieren



1. Ist es ein „heißes“ Thema?

Startet mit einem Anliegen, das euren KollegInnen so richtig unter den Nägeln brennt. Es muss sie aufregen. Nur wenn eure KollegInnen etwas stört, dann nehmen sie sich Zeit dafür, um daran etwas zu ändern.

2. Betrifft es viele KollegInnen?

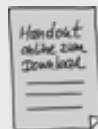
Ihr braucht möglichst viele KollegInnen, um ein Anliegen durchsetzen zu können. Eine Faustregel dabei ist: Mindestens die Hälfte aller KollegInnen sollte davon betroffen sein. Das heißt nicht, dass sie bereits Aktive und UnterstützerInnen sein müssen. Doch ein mobilisierungsfähiges Anliegen sollte geeignet sein, um möglichst viele Unbeteiligte dafür zu gewinnen.

3. Ist das Anliegen verbindend oder spaltet es die Belegschaft?

Immer wieder gibt es Aufregerthemen, wie zum Beispiel das Rauchen, die Belegschaften in zwei Lager spalten. Auch die Firmenleitung kann dies für sich nutzen. Aufregerthemen sind zwar heiße Themen, doch es gibt dabei meist auch viele VerliererInnen. Konzentriert euch daher auf Themen, die eure KollegInnen verbinden.

4. Ist ein Konflikt zum jetzigen Zeitpunkt gewinnbar?

Die Firmenleitung wird euch nichts schenken. Stellt euch daher auf einen Konflikt ein. Fragt euch, ob ihr so einen Konflikt zum aktuellen Zeitpunkt gewinnen könnt. Gibt es ein Kernteam von KollegInnen, die bereit sind, einen Anfang zu machen? Wieviele Aktive würden unbeteiligte KollegInnen mobilisieren? Wieviele UnterstützerInnen sind bei der nächsten Aktion dabei? Konzentriert euch auf Themen, bei denen ihr euch gute Chancen ausrechnet.



Schritt 2:

4 KollegInnen organisieren

Als Maria und das Kernteam die ersten 1:1-Gespräche auswerten, sind sie positiv überrascht: Die meisten KollegInnen finden ihre Initiative gut, einige wollen sie auch aktiv unterstützen. In einem nächsten Schritt geht es nun darum, diese KollegInnen zusammenzubringen.

Aktiventreffen finden regelmäßig statt. Dort werden wichtige Entscheidungen getroffen, wie zum Beispiel, welches Anliegen die KollegInnen als erstes angehen wollen (*siehe: Mit dem richtigen Anliegen starten, Seite 42*).

Als Betriebsrat oder Betriebsrätin kannst du laut Betriebsratsgeschäftsordnung (BR-GO) einen Ausschuss gründen. Zu den Sitzungen eines Ausschusses können auch KollegInnen eingeladen werden, die keine Mitglieder des Betriebsrats sind. Warum also keinen „Organizing-Ausschuss“ gründen?

Für den Ablauf des Aktiventreffens bzw. Organizing-Ausschusses kannst du, wie bei 1:1-Gesprächen, das AHA-Schema verwenden (*siehe: Seite 30*).



Tipps für gute Entscheidungen

1. Entscheidet gemeinsam

Wenn ihr euch mit euren KollegInnen im Betrieb oder Arbeitsumfeld erfolgreich organisieren wollt, dann müsst ihr an einem Strang ziehen. Dafür ist es wesentlich, dass ihr Entscheidungen trefft, die alle Beteiligten mittragen können. Um zu einer konkreten Frage ein Stimmungsbild unter den Anwesenden zu erhalten, kann eine Runde hilfreich sein, in der jede Person dazu etwas sagen kann.

2. Moderiert und visualisiert eure Treffen

Oft ist es hilfreich, die Diskussion zu moderieren und die wichtigsten Punkte auf einem Flipchart aufzuschreiben. So können sich alle KollegInnen in die Diskussion einbringen und behalten während der Diskussion den Überblick.

3. Einigt euch auf Kriterien

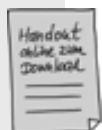
Bei weitreichenden Entscheidungen ist es ratsam, Kriterien vorzuschlagen und gemeinsam festzulegen (*siehe: Seite 45*). Bleiben nach einer Diskussion beispielsweise zwei Anliegen über, die alle Kriterien erfüllen, kann es sinnvoll sein, darüber abzustimmen.

4. Legt das Entscheidungsverfahren fest

Wichtig ist in jedem Fall, dass ihr euch mit euren KollegInnen vorab darauf einigt, wie ihr entscheiden wollt. Auf dieser Grundlage lässt sich bei Aktiventreffen besser diskutieren und schneller entscheiden.

5. Nehmt euch ausreichend Zeit

Euer Hauptziel sollte es sein, Entscheidungen gemeinsam zu treffen. Sofern Zeit ist, kann es in festgefahrenen Situationen Sinn machen, eine Entscheidung zu vertagen. Manchmal entstehen mit etwas zeitlichem Abstand und mit ein paar Mal darüber schlafen bei den Beteiligten neue Blickwinkel auf die Situation.



Schritt 2:

4 KollegInnen organisieren

1. Ladet die Aktiven ein

Maria und das Kernteam laden jene KollegInnen ein, die aktiv werden wollen. Plant Zeit ein, damit die KollegInnen einander kennenlernen können. Bei Aktiventreffen tauschen sich die Aktiven über die Anliegen im Betrieb aus und machen einen Plan, wie sie diese Anliegen durchsetzen können (*siehe: Eine Kampagne planen, Seite 57*).

2. Achtet auf die Zusammensetzung

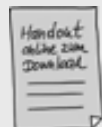
Bei Aktiventreffen sollten KollegInnen aus allen Bereichen des Betriebs dabei sein. Dafür hängt Maria die Betriebslandkarte auf (*siehe: Seite 37*). Das Verhältnis von sozialen Gruppen im Betrieb sollte sich am Aktiventreffen widerspiegeln: zum Beispiel Frauen und Männer, ältere und jüngere KollegInnen, KollegInnen mit österreichischem Pass und KollegInnen mit einer anderen Staatsangehörigkeit.

3. Wählt Ort und Zeitpunkt

Maria, Ivana und Erwin arbeiten in einem Schichtbetrieb. Sie finden daher keinen Termin, der für alle passt. Deshalb überlegen sie, zwei Termine zu organisieren. Maria hat kein Betriebsratsbüro, das groß genug wäre für das Aktiventreffen. Sie reserviert daher den Extraraum im nahe liegenden Gasthaus, das die meisten KollegInnen kennen. Damit die Aktiven danach motiviert sind, achten Maria, Ivana und Erwin darauf, dass das Aktiventreffen nicht zu lange dauert.

4. Geht vertrauensvoll vor

Die ersten Aktiventreffen hängen Maria und ihre KollegInnen nicht an die große Glocke. Schließlich muss das Vertrauen unter den KollegInnen erst wachsen. Die Firmenleitung sollte idealerweise erst davon erfahren, wenn es Aktive in allen Bereichen des Betriebs gibt und diese sich darauf geeinigt haben, wie sie vorgehen werden.



Maria, Ivana und Erwin haben ein erstes Aktiventreffen organisiert. Die drei grinsen übers ganze Gesicht, denn die meisten KollegInnen, die zugesagt haben, sind auch tatsächlich gekommen!

Maria begrüßt die anwesenden KollegInnen und stellt sich, das Kernteam und den Ablauf des Treffens kurz vor. Dabei zeigt sie auf die Betriebslandkarte, die an der Wand hängt: „Als erstes machen wir eine Vorstellungsrunde. Bitte sagt euren Namen und den Bereich oder die Abteilung, in der ihr arbeitet.“ Maria dreht sich zum Flipchart und zeigt auf die Tagesordnung: „Danach geht es um die Probleme, die es aktuell im Betrieb gibt. Für diesen Punkt nehmen wir uns eine halbe Stunde Zeit. Denn wir wollen schließlich nicht nur jammern, sondern auch darüber reden, was wir tun können.“

Nachdem sich die anwesenden KollegInnen vorgestellt haben und auf der Betriebslandkarte gezeigt haben, wo sie arbeiten, fährt Ivana fährt: „Klar ist, so, wie es jetzt ist, kann es nicht weitergehen. Und es gibt viele Probleme im Betrieb. Heute sammeln wir zunächst einmal die Probleme, die wir aktuell im Betrieb haben. Beim nächsten Treffen werden wir gemeinsam überlegen, wie wir aktuell aufgestellt sind und welches der Probleme wir als erstes angehen.“

Nach einander berichten die anwesenden KollegInnen kurz über ihre drängendsten Probleme in ihrem jeweiligen Bereich oder ihrer jeweiligen Abteilung. Danach stellt Ivana jene Kriterien vor, die sie sich gemeinsam mit Maria und Erwin im Vorfeld des Treffens überlegt hat (siehe: Kriterien für mobilisierungsfähige Anliegen, Seite 45). Auf einem Flipchart stehen die wichtigsten Stichworte.

Zum Abschluss zeigt Erwin auf die Betriebslandkarte: „In zwei Wochen treffen wir uns wieder. Bis dahin sollten wir in unseren Bereichen und Abteilungen jene KollegInnen ansprechen, die mögliche MitstreiterInnen sein könnten.“ Maria, Ivana und Erwin besprechen mit den Aktiven, wer welche KollegInnen bis zum nächsten Aktiventreffen einlädt. Maria schreibt die jeweiligen Namen der KollegInnen auf ein Flipchart.

Schritt 2:

4

KollegInnen organisieren

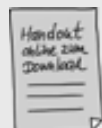
Checkliste Aktiventreffen

Vorher


- » Ort und Zeitpunkt festlegen
- » Aktive in persönlichen 1:1-Gesprächen oder telefonisch einladen
- » TeilnehmerInnenliste mit Name, Arbeitsbereich, Telefonnummer, Email-Adresse vorbereiten
- » Ablauf und ungefähre Dauer aufschreiben, um ein Ausufern zu verhindern:
 - (1) Wer ist heute da?
 - (2) Anliegen besprechen
 - (3) Plan, um das Anliegen durchzusetzen
 - (4) Nächstes Treffen und Vereinbarungen
- » Betriebslandkarte vorbereiten
- » Wer moderiert das Treffen?
- » Wer kümmert sich um einen schriftlichen Kurzbericht?


Nachher


- » Treffen im Kernteam nachbereiten
 - > Wieviele KollegInnen waren auf dem Treffen?
 - > Wenn neue KollegInnen da waren, wer kontaktiert diese und fragt, wie sie das Treffen fanden?
 - > Waren KollegInnen nicht da, die kommen wollten? Wer fragt nach, weshalb sie nicht gekommen sind?
 - > Was wurde vereinbart?
- » Kurzbericht ausschicken an die Anwesenden und Aktiven, die verhindert waren
- » Nächstes Treffen vorbereiten



SKRIPTEN ÜBERSICHT

SOZIALRECHT		
SR-1	Grundbegriffe des Sozialrechts	
SR-2	Sozialpolitik im internationalen Vergleich	
SR-3	Sozialversicherung – Beitragsrecht	
SR-4	Pensionsversicherung I: Allgemeiner Teil	
SR-5	Pensionsversicherung II: Leistungsrecht	
SR-6	Pensionsversicherung III: Pensionshöhe	
SR-7	Krankenversicherung I: Allgemeiner Teil	
SR-8	Krankenversicherung II: Leistungsrecht	
SR-9	Unfallversicherung	
SR-10	Arbeitslosenversicherung I: Allgemeiner Teil	
SR-11	Arbeitslosenversicherung II: Leistungsrecht	
SR-12	Insolvenz-Entgeltsicherung	
SR-13	Finanzierung des Sozialstaates	
SR-14	Pflege und Betreuung	
Die einzelnen Skripten werden laufend aktualisiert.		

ARBEITSRECHT		
AR-1	Kollektive Rechtsgestaltung	
AR-2A	Betriebliche Interessenvertretung	
AR-2B	Mitbestimmungsrechte des Betriebsrates	
AR-2C	Rechtstellung des Betriebsrates	
AR-3	Arbeitsvertrag	
AR-4	Arbeitszeit	
AR-5	Urlaubsrecht	
AR-6	Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall	
AR-7	Gleichbehandlung im Arbeitsrecht	
AR-8A	ArbeitnehmerInnenschutz I: Überbetrieblicher ArbeitnehmerInnenschutz	
AR-8B	ArbeitnehmerInnenschutz II: Innerbetrieblicher ArbeitnehmerInnenschutz	
AR-9	Beendigung des Arbeitsverhältnisses	
AR-10	Arbeitskräfteüberlassung	
AR-11	Betriebsvereinbarung	
AR-12	Lohn(Gehalts)exekution	
AR-13	Berufsausbildung	
AR-14	Wichtiges aus dem Angestelltenrecht	
AR-15	Betriebspensionsrecht I	
AR-16	Betriebspensionsrecht II	
AR-18	Abfertigung neu	
AR-19	Betriebsrat – Personalvertretung Rechte und Pflichten	
AR-21	Atypische Beschäftigung	
AR-22	Die Behindertenvertrauenspersonen	

GEWERKSCHAFTSKUNDE		
GK-1	Was sind Gewerkschaften? Struktur und Aufbau der österreichischen Gewerkschaftsbewegung	GK-4 Statuten und Geschäftsordnung des ÖGB
GK-2	Geschichte der österreichischen Gewerkschaftsbewegung von den Anfängen bis 1945	GK-5 Vom 1. bis zum 19. Bundeskongress
GK-3	Die Geschichte der österreichischen Gewerkschaftsbewegung von 1945 bis heute	GK-7 Die Kammern für Arbeiter und Angestellte
		GK-8 Die sozialpolitischen Errungenschaften des ÖGB

Die VÖGB-Skripten online lesen oder als Gewerkschaftsmitglied gratis bestellen:
www.voegb.at/skripten

Schritt 3:

5 Kämpfen lernen



Darum geht's

Um unsere Anliegen gegenüber dem/der Chef/in oder der Firmenleitung durchsetzen zu können, brauchen wir Macht. Dafür müssen wir an einem Strang ziehen.

So wird's gemacht

Wir verschaffen uns einen Überblick über die Hierarchie im Betrieb. Wir recherchieren das Unternehmen und sein Umfeld, damit wir – falls nötig – auch darüber Druck erzeugen können. Wir definieren realistische Ziele, erstellen einen Kampagnenplan und suchen Verbündete außerhalb des Betriebs.

Das bringt's

Wenn wir uns gemeinsam vorbereiten, wissen wir uns auch in schwierigen Situationen zu helfen. Wir kennen die Gegenseite und können auch mit Gegenwind durch den/die Chef/in oder die Firmenleitung umgehen.

ChefInnen sitzen am längeren Ast. Das hast du sicher von deinen KollegInnen schon oft gehört – und es stimmt. Um Anliegen gegenüber dem/der Chef/in oder der Firmenleitung durchzusetzen, müsst ihr daher als Belegschaft Macht aufbauen. Macht aufbauen heißt vor allen Dingen, an einem Strang ziehen. Denn nichts ist besser für die ChefInnen dieser Welt, als wenn wir untereinander zerstritten sind und sie uns gegeneinander ausspielen können.



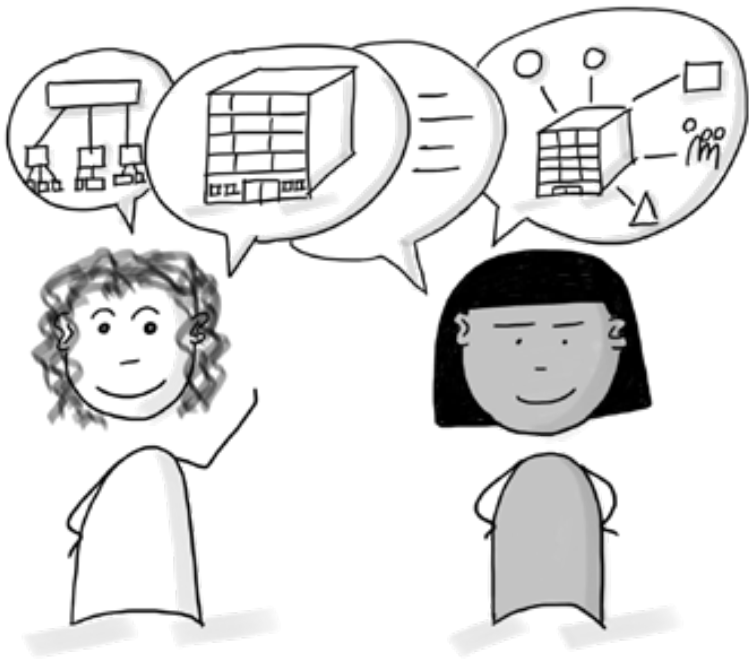
Um Macht gegenüber dem/der Chef/in oder der Firmenleitung aufzubauen, solltest du immer systematisch vorgehen. Dabei sind bestimmte praktische Skills und analytische Fähigkeiten hilfreich, mit denen du und deine KollegInnen das Kämpfen lernen könnt. Und damit hast du, vielleicht ohne es zu wissen, bereits begonnen.

Mit der Organizing-Zielscheibe (*siehe: Seite 34*) und der Betriebslandkarte (*siehe: Seite 37*) hast du dir einen Überblick über deinen Betrieb verschafft (*siehe: MitstreiterInnen finden, Seite 33*). Du weißt nun, wo du engagierte KollegInnen findest. Um die konkreten Anliegen deiner KollegInnen herauszufinden, hast du 1:1-Gespräche geführt (*siehe: Seite 25*). Du hast bereits das erste Aktiventreffen organisiert (*siehe: Seite 46*). Den Ablauf des Aktiventreffens hast du nach dem AHA-Schema geplant (*siehe: Seite 30*). Beim Aktiventreffen habt ihr euch auf ein Anliegen geeinigt, das vielen KollegInnen unter den Nägeln brennt und für das sie sich auch einsetzen (*siehe: Seite 45*).

Schritt 3:

5 Kämpfen lernen

Im nächsten Schritt geht es nun darum, rund um dieses Anliegen eine Strategie zu entwickeln, die Wirkung zeigt. Der/die Chef/in oder die Firmenleitung müssen sehen, dass es euch ernst ist und dass ihr den Druck – wenn nötig – auch erhöhen könnt. Dafür müsst ihr das Unternehmen und dessen Umfeld gut kennen, einen Kampagnenplan erstellen und gemeinsam gute Entscheidungen treffen (siehe: Seite 47).



Hierarchien sehen in jedem Betrieb anders aus. Selbst für Maria als Betriebsrätin ist der Betrieb wie ein Mikrokosmos, den sie nicht immer so leicht durchschaut. Bei einem Aktiventreffen besprechen Maria, Ivana und Erwin mit den Aktiven die Situation.

„Wenn wir das Arbeitszeiterfassungssystem ändern wollen, dann sind die unmittelbaren Vorgesetzten nicht die richtigen Ansprechpersonen. Die können darüber nicht entscheiden“, ist Erwin überzeugt. „Der Chef ist dafür verantwortlich.“ „Beim Thema Arbeitskleidung hingegen geht es um unseren Abteilungsleiter“, ist sich Ivana sicher. „Der kümmert sich einfach nicht darum, dass die Arbeitskleidung rechtzeitig aus der Reinigung kommt.“

„In Sachen Arbeitszeit hat aber dennoch die Personalabteilung das Zepter in der Hand.“ wirft Ivana ein. Doris erinnert sich an ein Gespräch mit einer Kollegin aus der Personalabteilung: „Angeblich kennt sich der Chef in rechtlichen Fragen überhaupt nicht aus und ruft wegen jeder Kleinigkeit in der Personalabteilung an.“ „Für die KollegInnen in der Personalabteilung bedeutet das oft richtig viele Überstunden“, ergänzt Maria.

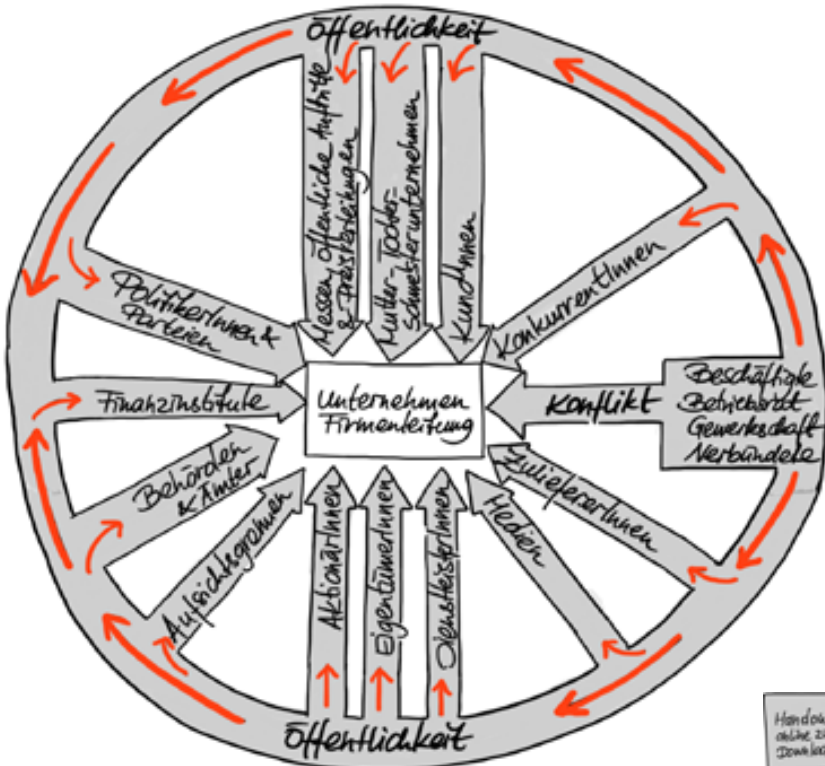
Es ist wichtig zu wissen, wo welche Entscheidungen getroffen werden. Besprich daher mit deinen KollegInnen, wer im Betrieb wofür verantwortlich ist. Wichtig ist auch, informelle Hierarchien im Betrieb zu kennen, also jene Personen, die Einfluss auf Entscheidungen haben, obwohl sie dafür offiziell nicht zuständig sind. Wenn nötig könnt ihr auch darüber mit Aktionen Druck erzeugen.

Schritt 3:

5 Kämpfen lernen

Es lohnt sich auch die Netzwerke und das Umfeld des Unternehmens gut zu kennen. Entsprechend dieser Hierarchie und des Unternehmensumfelds solltet ihr euren Kampagnenplan entwickeln.

Das Unternehmensumfeld



Quelle: ORKA

Wenn ihr euch beim Aktiventreffen auf ein mobilisierungsfähiges Anliegen geeinigt habt (siehe: *Mit dem richtigen Anliegen starten*, Seite 42), konzentriert euch darauf mit eurer ganzen Energie.

1. Definiert realistische Ziele

Je konkreter euer Ziel ist, desto leichter fällt es euch, darüber mit euren KollegInnen zu sprechen, es gegenüber dem/der Chef/in oder der Firmenleitung zu fordern und zu einem späteren Zeitpunkt in der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Fragt euch: Was soll anders werden in eurem Betrieb? Sprecht auch darüber, ob ihr dieses Ziel in nächster Zeit erreichen könnt.

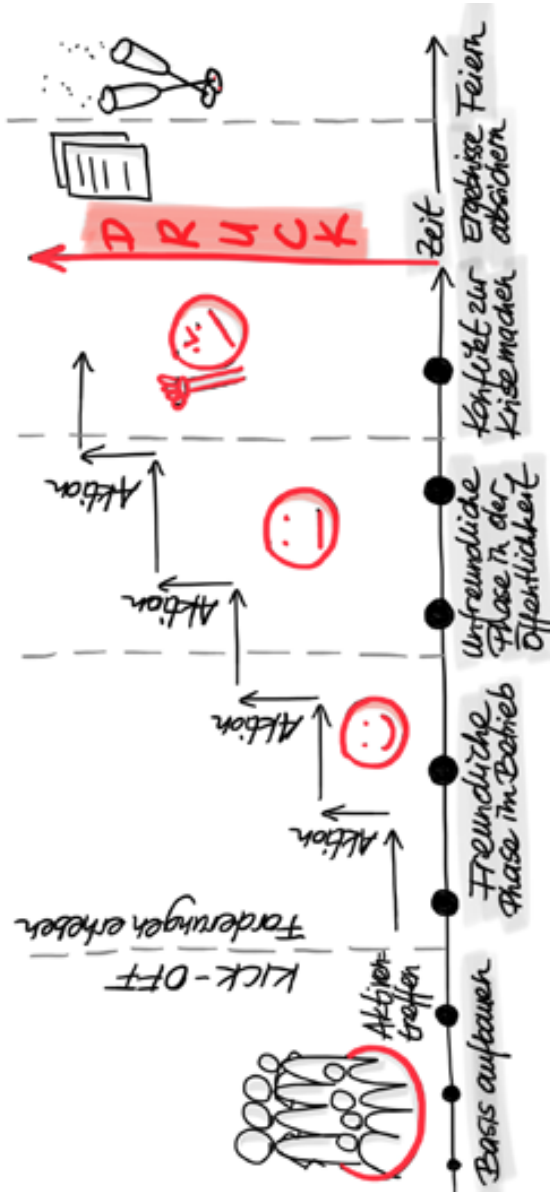
Beim ersten Aktiventreffen sammeln die KollegInnen ihre Anliegen. „Ich will nicht mehr so viel arbeiten“, meint Elena. „Ich will nicht dauernd so viel arbeiten und mich dann, in meiner Freizeit, auch noch mit diesem leidigen Arbeitszeiterfassungssystem herumschlagen müssen“, antwortet Ivana. „Und ich finde es erbärmlich, dass wir in schmutziger Arbeitskleidung arbeiten müssen“, meint Doris verärgert.

Maria wirft ein: „Klar ist, auf kurz oder lang wollen wir alle weniger arbeiten. Dafür braucht es mehr Personal. Momentan sind wir aber noch nicht gut genug organisiert, um das zu erreichen. In einem ersten Schritt könnte es uns aber gelingen, das Arbeitszeiterfassungssystem zu verbessern. Das betrifft alle Abteilungen. Und unsere 1:1-Gespräche haben gezeigt, dass der Ärger darüber unter den KollegInnen groß ist.“

Doris ergänzt: „Ja, das stimmt. Das mit der Zeiterfassung betrifft uns alle – auch Ivanas und meine Abteilung. Bei uns würden definitiv alle mitmachen, wenn es um die schmutzige Arbeitskleidung geht. Schließlich ist der Chef verpflichtet, uns entsprechende Arbeitskleidung zur Verfügung zu stellen.“

Schritt 3:

5 Kämpfen lernen



Handout
siehe zum
Download

2. Legt Etappenziele fest

Es ist hilfreich, ein Ziel in mehrere Zwischenziele zu unterteilen. Denkt, wie bei einem Radrennen, in mehreren Etappen. Und denkt dabei immer an eure MitstreiterInnen: Wieviele Aktive und UnterstützerInnen gibt es aktuell? Wieviele braucht ihr? Wie viele Gewerkschaftsmitglieder gibt es zur Zeit in eurem Betrieb? Wie viele sollten es werden, damit ihr euch gegenüber dem/der Chef/in oder der Firmenleitung durchsetzen könnt?

„Damit der Chef etwas bei der Arbeitzeiterfassung ändert, muss sich die Personalabteilung dafür aussprechen.“ ist Maria überzeugt. „Dafür wäre es gut, wenn ein paar von den AbteilungsleiterInnen merken, dass das jetzige System ein riesiger Zeitfresser ist.“

„Das wäre ein erster Erfolg!“ sagt Doris. Ivana beginnt zu rechnen: „Aktuell sind wir 150 KollegInnen im Betrieb – ein Drittel davon sind Gewerkschaftsmitglieder. Wir brauchen Aktive in möglichst allen Bereichen, die Ansprechpersonen für jeweils zehn KollegInnen sind. Wir brauchen also mindestens 15 Aktive“. „Besser wären 20“, meint Erwin „denn es fallen immer wieder Leute aus, sind krank oder machen einen Rückzieher.“

Maria deutet auf die leeren Flecken auf der Betriebslandkarte: „Wir sollten darauf achten, dass KollegInnen aus allen Bereichen und Abteilungen zum Aktiventreffen kommen. Besonders wichtig ist die Personalabteilung. Da sind wir noch nicht gut genug aufgestellt. Wichtig ist natürlich auch, dass das gesamte Betriebsratsteam mit an Bord ist – auch die ErsatzbetriebsrätInnen.“

Nehmt euch ausreichend Zeit, um eure Etappenziele zu besprechen. Denn es kann unterschiedliche Meinungen geben. Diese solltet ihr diskutieren, damit ihr zu einer gemeinsamen Einschätzung kommt (siehe: *Gute Entscheidungen treffen*, Seite 47).

Schritt 3:

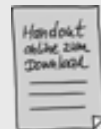
5 Kämpfen lernen

3. Erstellt einen Kampagnenplan

Klar ist: du und deine KollegInnen, ihr könnt nicht unbegrenzt auf Hochtouren aktiv sein. Um nachhaltig gewerkschaftlich aktiv zu sein, achtet auf eure Ressourcen (*siehe: Für etwas brennen, ohne dabei auszubrennen! Seite 75*). Eine Kampagne in aufeinander aufbauende Phasen zu unterteilen, hilft euch dabei, entsprechend eurer Ressourcen, wirkungsvolle Aktionen zu planen.

Wirkungsvolle Aktionen

- » werden von den Aktiven vorbereitet
- » sind beteiligungsorientiert, d.h. KollegInnen können leicht mitmachen
- » ermöglichen Gespräche mit Unbeteiligten und neue Kontakte
- » bringen Anliegen und Forderungen zum Ausdruck
- » erzeugen Druck auf den/die Chef/in oder die Firmenleitung
- » bauen aufeinander auf
- » machen Spaß
- » stärken die Gewerkschaftsbasis im Betrieb
- » werden von den Aktiven nachbereitet



Aktionen entfalten die größte Wirkung, wenn es euch gelingt, diese zwei wesentlichen Aspekte in eine Balance zu bekommen: Zum einen geht es darum, dass Aktionen Druck auf den/die Chef/in oder die Firmenleitung ausüben. Zum anderen sollten bei Aktionen möglichst viele KollegInnen mitmachen.

Wenn ihr wirkungsvolle Aktionen plant, solltet ihr diese drei Fragen mit Ja beantworten können: Haben die Aktiven Lust, diese Aktion vorzubereiten? Habt ihr UnterstützerInnen, die euch helfen, diese Aktion durchzuführen? Werden die Unbeteiligten in eurem Betrieb positiv auf diese Aktion reagieren?

1. Basis aufbauen



Bevor Maria, Ivana und Erwin mit Aktionen loslegen, brauchen sie eine möglichst breite Basis, das heißt Aktive und UnterstützerInnen aus möglichst allen Bereichen sowie sozialen Gruppen im Betrieb. Beim Aktiventreffen einigen sich die Aktiven auf Anliegen, mit denen sie starten. Die Aktiven stehen in Kontakt mit jeweils bis zu zehn weiteren KollegInnen und halten diese auf dem Laufenden. Umgekehrt geben sie Informationen an das Kernteam zurück. Auf diese Weise entsteht ein stabiles Kommunikationsnetzwerk (*siehe: Seite 40*).

2. Freundliche Phase im Betrieb



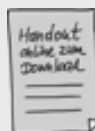
Der/die Chef/in oder die Firmenleitung werden über die Forderungen der KollegInnen informiert. Dabei achten Maria und das Kernteam darauf, dass der Dienstweg eingehalten wird. Alle Aktionen werden dokumentiert, damit vor allem die Unbeteiligten sehen, dass alle verantwortlichen Stellen informiert wurden. Diese Phase spielt sich innerhalb des Betriebs ab.

Beispiele für Aktionen: Umfrage mittels Fragebogen, Unterschriften sammeln für eine Petition, Fragen stellen bei der Betriebsversammlung, Delegation zu Verantwortlichen im Betrieb (*siehe: Seite 68*).

3. Unfreundliche Phase in der Öffentlichkeit



Wenn der/die Chef/in oder die Firmenleitung nicht auf die Forderungen der KollegInnen reagieren, sie hinhalten oder einzelne KollegInnen unter Druck setzen,



Schritt 3:

5 Kämpfen lernen

schalten Maria, Ivana und Erwin einen Gang höher. Sie gehen an die Öffentlichkeit. In einem ersten Schritt richten sie sich zum Beispiel an KundInnen, PatientInnen oder AkteurInnen im Umfeld des Unternehmens (siehe Seite 56). In einem nächsten Schritt aktivieren Maria und das Kernteam ihre Verbündeten außerhalb des Betriebs (siehe: Seite 71). Das sind Personen und Gruppen, die ebenfalls ein Interesse an guten Arbeitsbedingungen haben, wie zum Beispiel Belegschaften und Betriebsräte anderer Betriebe, soziale Einrichtungen oder Freizeitvereine. In dieser Phase versuchen Maria, Ivana und Erwin auch JournalistInnen für ihre Situation zu interessieren.

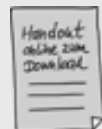
Denkt daran, sobald die Öffentlichkeit über die Missstände im Betrieb erfährt, werden ChefInnen und Firmenleitungen häufig nervös. Deshalb bereiten Maria und das Kernteam ihre KollegInnen vor dieser Phase auf Reaktionen der ChefInnen oder der Firmenleitung vor (siehe: *Impfen gegen die Angst*, Seite 20).

Beispiele für Aktionen: Solidaritätserklärung, öffentliche Veranstaltung, Pressearbeit, Demonstration, Delegation zu politisch Verantwortlichen.

4. Konflikt zur Krise machen



Sollte der/der Chef/in oder die Firmenleitung nach wie vor nicht auf ihre Forderung reagieren, beeinträchtigen Marias KollegInnen das Geschäft des Betriebs. Darauf müssen sich Marias KollegInnen gut vorbereiten. Wenn der/die Chef/in oder die Firmenleitung massiv unter Druck gesetzt werden, werden sie sagen, Maria und die Gewerkschaft würden dem Betrieb und den KollegInnen schaden. In dieser Phase müssen die Aktiven daher viel mit Unbeteiligten kommunizieren. In dieser Phase kann Unterstützung von Verbündeten außerhalb des Betriebs wichtig sein (siehe: *Verbündete finden*, Seite 71).



Beispiele für Aktionen:

ausgedehnte Betriebsversammlung, Dienst nach Vorschrift, Warnstreik, Streik, Druckaktionen von Verbündeten.

5. Ergebnis absichern

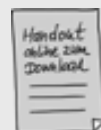


Wenn Maria und ihre KollegInnen ihre Anliegen durchsetzen konnten, geht es darum, die Ergebnisse abzusichern. Leere Versprechungen sind sie bereits gewohnt. Ihre Devise lautet daher immer: Wir wollen das schriftlich – im besten Fall in einer Betriebsvereinbarung oder, über die Gewerkschaftsorganisation, im Kollektivvertrag. Damit hat die Belegschaft in Marias Betrieb eine Sicherheit, für den Fall, dass der/die Chef/in das bessere Arbeitszeiterfassungssystem doch nicht einführt.

6. Erfolge feiern – Frustration vorbeugen



Anliegen durchsetzen ist anstrengend. Es gelingt auch nicht immer beim ersten Anlauf. Um Frustration vorzubeugen, ist eine regelmäßige Reflexion hilfreich. Oft vergessen wir darauf, was wir schon erreicht haben. Deshalb feiern Maria und ihre KollegInnen gemeinsam nach jeder noch so kleinen Aktion. Dass sie zum Beispiel nach der Delegation zum Chef von Erwin mit einem Kuchen überrascht wurden, sie miteinander auf ihre Aktion angestoßen und sich gegenseitig auf die Schulter geklopft haben – daran erinnern sich Ivanas KollegInnen noch heute. Ein schönes Gruppenfoto gibt es davon auch! Mittlerweile hat das gemeinsam Feiern im Betriebsrat und im Kernteam, bei Aktiventreffen und nach Aktionen im Betrieb von Maria, Ivana und Erwin Tradition.



Schritt 4:

6 Gemeinsam handeln



Darum geht's

Mit Aktionen erzeugen wir Druck, um unser Anliegen gegenüber dem/der Chef/in oder der Firmenleitung durchzusetzen. Wir gewinnen Aktive und UnterstützerInnen und kommen ins Gespräch mit Unbeteiligten. Wir werden mehr!

So wird's gemacht

Beim Aktiventreffen überlegen wir Aktionen, die aufeinander aufbauen und mit denen wir den Druck – Schritt für Schritt – erhöhen. Gemeinsam entscheiden wir, wie wir vorgehen wollen.

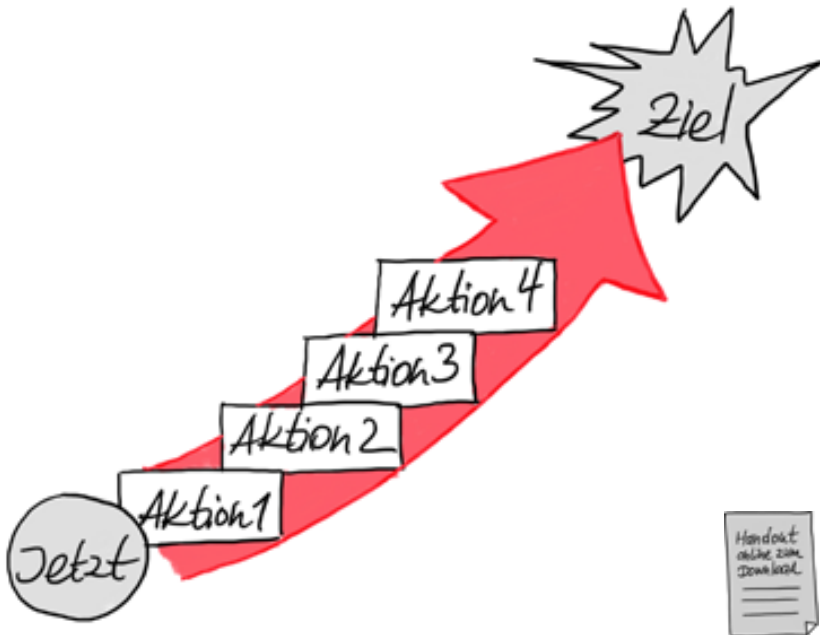
Das bringt's

Wir handeln gemeinsam und lernen, uns aufeinander zu verlassen. Gemeinsam Ideen spinnen, Aktionen planen und umsetzen ist kreativ und macht Spaß!

Schritt für Schritt den Druck erhöhen

6.1

Wenn wir „Aktion“ hören, denken wir häufig an eine öffentliche Aktion wie etwa eine Demonstration. Das Beste wäre, wenn die Aktion in der Zeitung steht! Doch realistisch ist das, zumindest zu Beginn, oft nicht. Und selbst die spektakulärste Aktion oder der beste Zeitungsartikel würden rasch verpuffen, wenn sie von einigen wenigen ausgehen und die anderen KollegInnen im Betrieb nicht am selben Strang ziehen. Es geht also nicht bloß darum, eine Aktion nach der anderen zu machen.



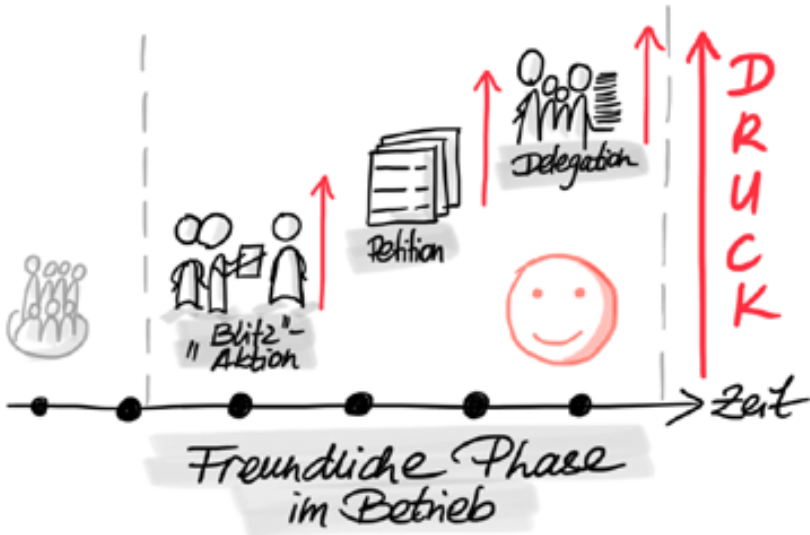
Quelle: 350.org

Schritt 4:

6 Gemeinsam handeln

Wenn ihr eure Anliegen durchsetzen wollt, geht es darum, eine Gewerkschaftsbasis im Betrieb aufzubauen. Dabei solltet ihr Aktionen machen, die Druck erzeugen und die eure KollegInnen motivieren mitzumachen. Wenn ihr euch organisieren wollt, ist das oberste Ziel von Aktionen daher, Aktive und UnterstützerInnen zu gewinnen.

Bei einem Aktiventreffen berichtet Maria von den vergangenen Monaten: „Wir haben mittlerweile eine gewerkschaftliche Basis in unserem Betrieb aufgebaut. Zu unseren Aktiventreffen kommen mittlerweile zwischen 15 und 20 KollegInnen. Auch heute ist wieder ein Großteil der Abteilungen vertreten – auch die Personalabteilung. Das freut uns sehr!“



Ivana berichtet vom letzten Aktiventreffen, wo sich die Aktiven auf konkrete Forderungen geeinigt haben: „Die Arbeitszeiterfassung ist für die meisten KollegInnen ein großes Problem – das wollen wir ändern. Wir wollen ein Arbeitszeiterfassungssystem, das uns nicht mehr Arbeit macht. Wir wollen ein Arbeitszeiterfassungssystem, das einfach zu handhaben ist und Zeit spart. Wir wollen eine schriftliche Vereinbarung zwischen dem Chef und dem Betriebsrat. Heute geht es darum, dass wir konkrete Aktionen planen, wie wir dieses Ziel erreichen.“

Maria zeichnet einen Zeitstrahl auf das Flipchart: „Damit wir dieses Ziel erreichen, müssen wir Schritt für Schritt Druck aufbauen. Deshalb sollten wir mit niederschwelligen Aktionen beginnen. Wir könnten zum Beispiel mit einer Blitz-Aktion starten.“ Ivana fragt: „Was ist eine Blitz-Aktion?“ „Bei einer Blitz-Aktion führen alle von uns Aktiven zum selben Zeitpunkt möglichst viele 1:1-Gespräche mit Unbeteiligten“, erwidert Maria. „Dabei informieren wir sie auch über unser Vorhaben“

Der Vorteil an „Blitz“-Aktionen ist, dass ihr in kurzer Zeit viele eurer KollegInnen erreicht und dass sich eure Aktion unter den KollegInnen rasch herumspricht. Auch der/die Chef/in oder die Firmenleitung wird bemerken, dass ihr euch organisiert.

Als zweite Aktion planen die Aktiven eine Petition. Es geht ihnen darum, möglichst viele Unterschriften für eine konkrete Forderung zu sammeln. Viel wichtiger ist ihnen aber, dass sie Gespräche mit Unbeteiligten führen. Maria und ihre KollegInnen überlegen daher nicht nur, wieviele Unterschriften sie mindestens sammeln, sondern auch wieviele 1:1-Gespräche sie führen sollten, um ihren Forderungen Nachdruck zu verleihen.

Die dritte Aktion ist eine Delegation zum Chef, um ihm die gesammelten Unterschriften persönlich zu übergeben.

Schritt 4:

6 Gemeinsam handeln

Eine Delegation eignet sich, um den/die Verantwortliche/n mit der Situation der KollegInnen zu konfrontieren. Je mehr KollegInnen mitgehen, desto sicherer fühlen sich die KollegInnen und desto beeindruckter ist der/die Chef/in oder der/die Verantwortliche.

Bevor sie zum Chef gehen, „impfen“ Maria, Ivana und Erwin ihre KollegInnen (siehe: Seite 20). Ivana fragt ihre KollegInnen: „Wie könnte der Chef reagieren, wenn wir ihm die Unterschriften für ein besseres Arbeitszeiterfassungssystem übergeben? Wie wird er sich verhalten? Was wird er sagen? Welche Möglichkeiten gibt es?“ Maria schreibt die Antworten der KollegInnen auf ein Flipchart:

Was tut der Chef?		Was sagt der Chef?
1	Lenkt vom Thema ab	<i>Seien Sie doch froh über die gute Auftragslage!</i>
2	Ignoriert das Problem	<i>Das System für die Arbeitszeiterfassung gibt es seit Jahren. Und es funktioniert.</i>
3	Verhält sich aggressiv	<i>Wollen Sie denn nicht hier arbeiten?!</i>
4	Weist Verantwortung von sich	<i>Diese EDV-Systeme sind Standard in der Branche. Ich kann da nichts daran ändern.</i>
5	„Umarmt“ uns	<i>Ich bin froh, dass Sie zu mir gekommen sind! Ich nehme die Sorgen meiner MitarbeiterInnen ernst. Dafür gibt es unsere interne Arbeitsgruppe.</i>

Schritt für Schritt den Druck erhöhen

6.1

Dann fragt Maria ihre KollegInnen: „Was werden wir darauf sagen? Wie werden wir darauf reagieren?“ Sie besprechen alle Szenarien nacheinander gemeinsam durch. Auch Peter und Elena machen mit. Dabei wird sogar gelacht.

Was tut der Chef?		Was sagen wir?
1	Lenkt vom Thema ab	<i>Wir sind heute hier, weil wir mit dem fehlerhaften EDV-System viel zusätzliche Arbeit haben. Wir machen ohnehin schon so viele Überstunden.</i>
2	Ignoriert das Problem	<i>Wir arbeiten schon lange für Sie. Daher wissen wir, dass die Arbeitszeiterfassung ein Problem in allen Abteilungen ist.</i>
3	Verhält sich aggressiv	<i>Wir sind zu Ihnen gekommen, weil wir gute Arbeit leisten wollen. Dafür brauchen wir gute Bedingungen und eine bessere Arbeitszeiterfassung.</i>
4	Weist die Verantwortung von sich	<i>Als Firmenleitung können Sie mit dem Betriebsrat bessere Regelungen vereinbaren. Andere Betriebe werden Ihrem Beispiel vielleicht folgen.</i>
5	„Umarmt“ uns.	<i>Wir haben ein konkretes Anliegen. Deswegen sind wir heute hier. Wir erwarten eine Antwort von Ihnen.</i>

Schritt 4:

6 Gemeinsam handeln

„Wenn wir stark auftreten wollen“, sagt Maria zu ihren KollegInnen, „dann sollte nicht nur ich etwas sagen, sondern wir alle.“ Sie teilen sich die Rollen daher untereinander auf und Maria schreibt mit. „Würde es nicht auch Eindruck auf den Chef machen, wenn wir den selben Sticker oder ein einheitliches T-Shirt tragen würden?“, fragt Ivana. „Gute Idee! Und wir sollten stehenbleiben, auch wenn er uns Sitzplätze anbietet.“ meint Maria. „Das hinterlässt Eindruck.“

Wer macht den Anfang?	Ivana
Wer erzählt, wie sich das fehlerhafte Arbeitszeiterfassungssystem auf uns auswirkt?	Edma
Wer sorgt dafür, dass der Chef beim Thema bleibt?	Maria
Wer bringt unsere Forderung ein?	Ivana
Wer achtet auf die Zeit?	Erwin
Bis wann verlangen wir eine schriftliche Rückmeldung?	Maria
Wer von uns hat das letzte Wort?	Doris

Nach einer Delegation ist alles anders: KollegInnen haben gemeinsam gehandelt, haben sich vielleicht zum ersten Mal getraut, gegenüber dem/der Chef/in den Mund aufzumachen. Die KollegInnen, die mitgemacht haben, fühlen sich nach einer Delegation oft richtig stark. Vielleicht hat der/die Chef/in sogar bereits erste Zugeständnisse gemacht.

Eine Delegation solltet ihr, wie jede andere Aktion, feiern und die gesamte Belegschaft sollte davon erfahren – und zwar möglichst rasch. Schreibt einen kurzen Bericht über die Delegation: Wie ist es gelaufen? Was hat der/die Chef/in oder die Firmenleitung gesagt? Was wurde erreicht? Was sind eure nächsten Schritte? Bei welchen Aktiven erfahren interessierte KollegInnen mehr darüber?

Bereits vor der Delegation überlegen Maria, Ivana und Erwin gemeinsam mit den Aktiven nächste Schritte. Denn sie wollen vorbereitet sein für den Fall, dass der Chef nicht auf ihre Forderungen eingeht. „Wenn wir so nicht weiterkommen“, meint Maria „dann gehen wir an die Öffentlichkeit. Schließlich geht es nicht nur um das Arbeitszeiterfassungssystem. Es gibt viele Missstände im Betrieb“. „Wir waren lange genug freundlich!“, fügt Ivana hinzu. „Jetzt brauchen wir Verbündete außerhalb des Betriebs, um den Druck auf den Chef zu erhöhen.“ Erwin ist sich sicher: „Wenn AkteurInnen außerhalb des Betriebs aktiv werden, interessieren sich auch JournalistInnen eher für unseren Arbeitskampf. Außerdem stehen die Kollektivvertragsverhandlungen in der Branche vor Tür.“

Verbündete finden

Missstände im Betrieb wirken sich meist nicht nur auf unsere Arbeitssituation aus. Oft nehmen wir die Probleme mit nach Hause. Unsere Arbeitsbedingungen betreffen auch unsere Familien, unsere FreundInnen, manchmal unser ganzes Umfeld.

Die gute Nachricht ist: Deshalb gibt es auch Verbündete außerhalb des eigenen Betriebs. Das sind beispielsweise KundInnen oder PatientInnen und deren Angehörige. Aber auch Belegschaften und Betriebsräte anderer Betriebe, Gewerkschaftsorganisationen, zivilgesellschaftliche Initiativen und Organisationen, BetriebsseelsorgerInnen oder politische Institutionen können Verbündete sein.

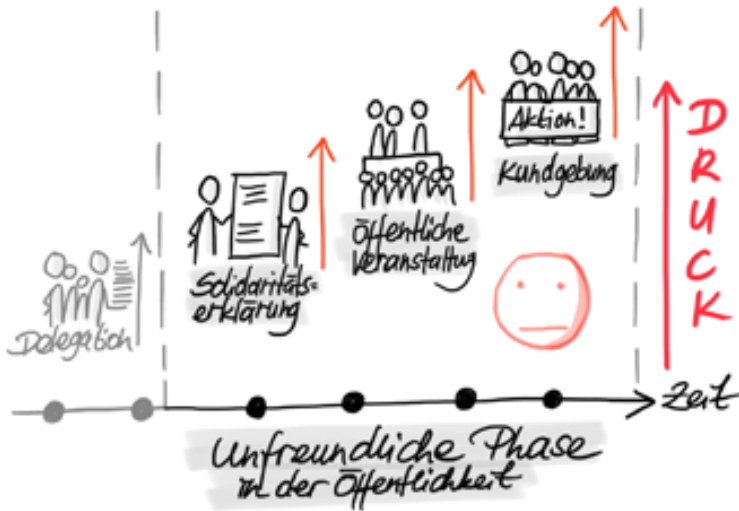
„Der Chef hat doch diese zweite Firma in der Slowakei“, sagt Erwin. „Dort gibt es einen Betriebsrat. Den sollten wir kontaktieren. Möglicherweise geben die KollegInnen eine Solidaritätserklärung ab.“ „Was ist mit dem einen Betrieb hier in der Nähe, der letztes Jahr wegen der Arbeitszeit gestreikt hat?“, denkt Ivana weiter. Doris schaltet sich ein: „Aus meiner Pfarre weiß ich, dass es eine Betriebsseelsorge gibt. Die steht in Kontakt mit Belegschaften in Betrieben, in denen es keinen Betriebsrat gibt.“ „Und was ist eigentlich mit dem Sportverein, wo so viele von den

Schritt 4:

6 Gemeinsam handeln

KollegInnen dabei sind? Wenn wir so viel Zeit in der Arbeit verbringen, dann können die KollegInnen dort nicht mehr hingehen.“ überlegt Maria.

Ob Solidaritätserklärung, Diskussionsveranstaltung oder Kundgebung – Verbündete außerhalb des Betriebs können euch auf unterschiedliche Art und Weise unterstützen. Wichtig ist, dass ihr damit den Druck auf den/die Chef/in oder die Firmenleitung erhöht. Und nicht vergessen: Auch in dieser Phase geht es darum, MitstreiterInnen zu gewinnen.



Besprecht beim Aktiventreffen, wen ihr als Verbündete gewinnen wollt. Je konkreter ihr wisst, wie euch Verbündete unterstützen sollen, desto besser. Überlegt, zu welchem Zeitpunkt Aktionen mit Verbündeten den Druck erhöhen. Achtet darauf, dass ihr gemeinsam darüber entscheidet (siehe: Seite 47).

Wenn der/die Chef/in oder die Firmenleitung selbst bei Anliegen der Belegschaft, wie die Forderung nach einem funktionierenden Arbeitszeiterfassungssystem auf stur schaltet, dann wird deutlich, dass es um mehr geht: Es geht darum, dass wir aufhören, uns alles gefallen zu lassen. Und wir haben mehr Macht als wir denken – wenn wir sie nutzen.

Wenn ihr eure Anliegen im Betrieb durchsetzen wollt, dann müsst ihr konsequent sein. Klar ist: Wie ihr dabei vorgeht, hängt von euch und euren MitstreiterInnen ab. Es hängt davon ab, wie eure KollegInnen mit dem Konflikt mit dem/der Chef/in oder der Firmenleitung umgehen. Es hängt auch davon ab, wie weit eure KollegInnen gehen wollen.

Klar ist auch: Manchmal reichen selbst zig Solidaritätserklärungen, öffentliche Veranstaltungen und Kundgebungen nicht aus, um die ChefInnen dieser Welt zum Umdenken zu bewegen. Dann müssen wir den Spieß umdrehen und den Druck dorthin zurückgeben, wo er herkommt: zu den ChefInnen oder zur Firmenleitung. Wir müssen den Konflikt zur Krise machen.

„Der Chef weiß ja, dass wir die Arbeitszeitaufzeichnungen zu Hause machen, weil uns in der Arbeit die Zeit dafür fehlt. Und solange wir das tun, wird er auch das System nicht ändern. Auch, dass wir mittlerweile unsere Arbeitskleidung zu Hause selber waschen, weiß er.“ ist Ivana überzeugt. „Im Grunde profitiert er davon, dass wir die Missstände, die er verursacht, ausgleichen“, sagt Erwin.

Ausgedehnte Betriebsversammlungen und Dienst nach Vorschrift eignen sich, um den Druck auf den/die Chef/in oder die Firmenleitung weiter zu erhöhen. Wenn alle KollegInnen beispielsweise ihre Arbeitszeitaufzeichnungen, wie vorgeschrieben, während der regulären Arbeitszeit machen, dann wirkt sich das unmittelbar aus.

Zuerst merken die AbteilungsleiterInnen, dass die andere Arbeit liegen bleibt. Das wiederum wirkt sich auf sie selbst aus, da sie die Vorgaben vom Chef nicht

Schritt 4:

6 Gemeinsam handeln

erfüllen können. Und wenn in Ivanas Abteilung keine der KollegInnen mehr die Arbeitskleidung zu Hause selber wäscht, können die KollegInnen ihre Arbeit nicht mehr erledigen.

Sobald ihr den Druck mit ausgedehnten Betriebsversammlungen, Dienst nach Vorschrift oder einem Warnstreik erhöht, wird der/die Chef/in oder die Firmenleitung nicht untätig dabei zusehen. Ihr werdet euch mit dem Argument auseinandersetzen müssen, dass ihr der Firma und den Beschäftigten schaden würdet.

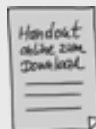
Diese Phase solltet ihr daher besonders gut mit euren MitstreiterInnen vorbesprechen. In Gesprächen mit Unbeteiligten solltet ihr aufzeigen, was ihr in der freundlichen Phase bereits alles versucht habt, um den/die Chef/in oder die Firmenleitung zum Umdenken zu bewegen. Verweist darauf, dass sich seit der unfreundlichen Phase auch Außenstehende für euer Anliegen einsetzen.



„Wir müssen alle Aktionen dokumentieren. Sonst erfährt ja niemand davon.“, ist sich Ivana sicher. Doris fällt ein, dass Peter gerne fotografiert: „Ich werde ihn fragen, ob er bei unserer nächsten Aktion Fotos machen kann“. „Wir können die Betriebsratszeitung und den Betriebsratsblog nutzen“, sagt Maria, „In jedem Fall schreiben wir ein übersichtliches Flugblatt und hängen es an die schwarzen Bretter. Da fragen wir die Edma. Die kann gut schreiben“.

Für eine Sache brennen – ohne auszubrennen!

- » Setzt euch Ziele, die ihr erreichen könnt.
- » Nehmt euch ausreichend Zeit für die Vor- und Nachbereitung von Aktionen.
- » Plant vor einer Aktion die nächsten Schritte für danach.
- » Plant nicht nur Aktionen, sondern auch Erholungsphasen.
- » Macht „Wie geht's mir“-Runden zu Beginn von Aktiventreffen und setzt euch ein zeitliches Limit, um ein Ausufern zu verhindern.
- » Tauscht euch untereinander über Stresssituationen aus.
- » Achtet aufeinander und fragt nach, wenn ihr den Eindruck habt, Einzelne übernehmen sich.
- » Teilt euch Aufgaben untereinander auf.
- » Motiviert euch mit erfolgreichen Beispielen gewerkschaftlicher Organisation (siehe Seite 78).
- » Sucht nach Verbündeten außerhalb eures Betriebs, die euch unterstützen können (siehe Seite 71).
- » Gebt Verantwortung dorthin zurück, wo sie hingehört: zu den Verantwortlichen.
- » Feiert gemeinsam nach jeder Aktion bzw. nehmt euch Zeit für Reflexion.
- » Manchmal fühlt es sich so an als hättet ihr „Superkräfte“, teilt sie euch dennoch gut ein.



Schritt 4:

6 Gemeinsam handeln

Ihr bereitet Aktionen vor, ihr führt sie durch, ihr dokumentiert sie. Da steckt viel Arbeit und Herzblut drinnen. Es ist daher völlig normal: manchmal seid ihr erschöpft. Vielleicht seid ihr manchmal auch froh, dass ihr die Aktion hinter euch gebracht habt. Umso wichtiger ist es, dass ihr eure Ressourcen gut einteilt und euch nicht übernehmt (*siehe: Für eine Sache brennen ohne ausbrennen! Seite 75*). Dafür gibt es nicht zuletzt auch einen sehr pragmatischen Grund: Nach der Aktion ist vor der Aktion!

Was ihr daher nicht vergessen solltet ist, jede Aktion nachzubereiten, das heißt im Kernteam und beim nächsten Aktiventreffen gemeinsam nachzubesprechen. Fragt euch, wie gut hat die jeweilige Aktion funktioniert? Wer hat tatsächlich mitgemacht und wie ist es ihnen dabei gegangen? Wie haben die Unbeteiligten reagiert? Welchen Effekt hatte die Aktion auf den/die Chef/in oder die Firmenleitung? Auf diese Weise könnt ihr nächste Schritte und Aktionen gezielter planen.

Wir organisieren uns im Betrieb, um unsere Anliegen gegenüber dem/der Chef/in oder der Firmenleitung durchzusetzen. Doch es kommt vor, dass wir nicht gewinnen, obwohl wir eine starke gewerkschaftliche Basis im Betrieb aufgebaut und Schritt für Schritt Druck erzeugt haben. Ein möglicher Grund dafür ist, dass sich nicht alle Probleme auf betrieblicher Ebene lösen lassen.

Manchmal reicht auch die überbetriebliche Ebene nicht aus, um Erfolg zu haben. In diesen Fällen geht es um gesellschaftliche Veränderung. Das hört sich zunächst schwer erreichbar an. Doch hinter jeder großen gesellschaftlichen Veränderung stehen soziale Bewegungen. Arbeitskämpfe spielen dabei oft eine wesentliche Rolle. Und diese beginnen bei Menschen, die etwas verändern wollen und sich mit ihren KollegInnen im Betrieb gewerkschaftlich organisieren – wie bei Maria, Ivana, Erwin und bei dir.

VÖGB/AK-SKRIPTEN

Die Skripten sind eine Alternative und Ergänzung zum VÖGB/AK-Bildungsangebot und werden von ExpertInnen verfasst, didaktisch aufbereitet und laufend aktualisiert.

UNSERE SKRIPTEN UMFASSEN FOLGENDE THEMEN:

- › Arbeitsrecht
- › Sozialrecht
- › Gewerkschaftskunde
- › Praktische Gewerkschaftsarbeit
- › Internationale Gewerkschaftsbewegung
- › Wirtschaft
- › Wirtschaft – Recht – Mitbestimmung
- › Politik und Zeitgeschehen
- › Soziale Kompetenz
- › Humanisierung – Technologie – Umwelt
- › Öffentlichkeitsarbeit

SIE SIND GEEIGNET FÜR:

- › Seminare
- › ReferentInnen
- › Alle, die an gewerkschaftlichen Themen interessiert sind.



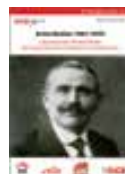
Nähere Infos und
kostenlose Bestellung:
www.voegb.at/skripten
E-Mail: skripten@voegb.at
Adresse:
Johann-Böhm-Platz 1,
1020 Wien
Tel.: 01/534 44-39244

Die Skripten gibt es hier zum Download:



www.voegb.at/skripten

Leseempfehlung:
Reihe Zeitgeschichte und Politik



Kampagnen & Best-Practice-Beispiele

Das Wort „Kampagne“ kommt ursprünglich aus dem militärischem Sprachgebrauch und bedeutet sinngemäß „Feldzug“. Heute sind Kampagnen speziell aus Werbung und Marketing, aber auch aus der Politik, kaum noch wegzudenken. Kampagnen spielen sich in der Öffentlichkeit ab und involvieren meist mehrere AkteurInnen mit unterschiedlichen Taktiken.

Gewerkschaftliche Kampagnen ermöglichen uns, bestimmte Ziele in einem begrenzten Zeitraum konzentriert zu verfolgen. Je nach Zweck einer Kampagne lassen sich mehrere Kampagnentypen unterscheiden. Um Anliegen auf betrieblicher, überbetrieblicher oder auch gesellschaftlicher Ebene durchzusetzen, eignen sich besonders drei Kampagnentypen: Organisations-, Mobilisierungs- und Druckkampagnen.



Foto: Martin Windtner/ÖGB

Wie wir in diesem Handbuch ausführlich beschrieben haben, ist der Zweck einer Organisierungskampagne, dass Beschäftigte in ihrem Betrieb oder Arbeitsumfeld eine gewerkschaftliche Basis aufbauen. Eine starke gewerkschaftliche Basis ist letztlich auch die Grundlage einer jeden Mobilisierungs- oder Druckkampagne.

Beispiel: Gesundheitsbereich

Ulrike, Marianne und Maria arbeiten als Hebammen in Linz, wo sie mit einem enormen Anstieg an Geburten und ambulanten Begutachtungen konfrontiert sind. Arbeiten unter ständigem Stress birgt die Gefahr von Fehlern. Es ist daher oft nicht mehr möglich, Frauen und ihre Kinder sicher zu betreuen. Denn es gibt zu wenig Hebammen in Oberösterreich.



Foto: Betriebsrat MedCampus

Kampagnen & Best-Practice-Beispiele

7

Nach einer Zeit des Basisaufbaus hat sich eine Gruppe von Hebammen aus mehreren Krankenhäusern zusammengefunden. Sie haben sich zum Ziel gesetzt, die Missstände aufzuzeigen. Die Idee einer öffentlichen Kundgebung stieß auf große Resonanz unter den KollegInnen. Die Beteiligung war enorm: So nahmen im Mai 2018 an der Kundgebung in Linz unter dem Motto „Das Leben braucht einen guten Anfang“ mehrere hundert Menschen teil – Hebammen und ihre Familien, Patientinnen, Schwangere sowie deren Familien.

Unterstützt durch den Betriebsrat und mehrere Gewerkschaftsorganisationen haben die Kolleginnen ihr erstes Etappenziel bereits erreicht: mehr Personal in den Kreißzimmern. Als nächstes Etappenziel haben sich die Kolleginnen die Situation in den Ambulanzen vorgenommen.

Beispiel: Landwirtschaft



Foto: Daniel Liebl

Der Protest von rund 70 ErntearbeiterInnen – vorwiegend aus osteuropäischen Ländern – des größten Gemüsebauern Tirols, die im Jahr 2013 in den Streik getreten sind, machte die Produktionsgewerkschaft PRO-GE auf ihre miserablen Lebens- und Arbeitsbedingungen aufmerksam.

Die PRO-GE holte unabhängige AktivistInnen und NGOs ins Boot und initiierte im Folgejahr die „Sezonieri – Kampagne für die Rechte der ErntehelferInnen in Österreich“. Benannt nach der Herkunft der Mehrheit von ArbeiterInnen, die nach Österreich alljährlich zum Ernten kommen – „Sezonieri“ heißt auf Rumänisch Saisonarbeiter/in – wurde die Kampagne im Jahr 2014 ins Leben gerufen. Ziel war und ist es, ErntehelferInnen über ihre Rechte aufzuklären und sie in ihren Arbeitskämpfen und in der Durchsetzung ihrer Rechte zu unterstützen. Wichtigste Grundlage dafür ist Vertrauen.

Organisierung in der Landwirtschaft stellt eine große Herausforderung für Gewerkschaftsorganisationen dar: vorwiegend MigrantInnen, kurze Verweildauer in Österreich, lange Arbeitszeiten und große Skepsis gegenüber Gewerkschaftsorganisationen vor allem aufgrund einschlägiger Erfahrungen im Herkunftsland.

Die Sezonieri-Kampagne setzt daher vor allem auf aufsuchende Arbeit auf den Feldern. Diese wird überwiegend von Verbündeten der PRO-GE, den ehrenamtlichen AktivistInnen, geleistet. Informationen in der jeweiligen Muttersprache und rechtliche Unterstützung, wenn nötig über die Gerichte, sind wesentliche Bausteine der Kampagne. Die größte Stärke der Sezonieri-Kampagne ist die Zusammenarbeit zwischen Gewerkschaftsorganisation und AktivistInnen.

Die Sezonieri-Kampagne trägt bereits erste Früchte. So verbessern manche LandwirtInnen aus Angst vor Klagen und einem schlechten Ruf mittlerweile von sich aus die Arbeitsbedingungen der ErntehelferInnen und erhöhen deren Löhne.

Kampagnen & Best-Practice-Beispiele

Der Zweck einer Mobilisierungskampagne ist es, Menschen im Zusammenhang mit einem bestimmten Ereignis zu einer konkreten Aktivität zu bewegen – etwa zur Teilnahme an Protestaktionen im Zuge von Kollektivvertragsverhandlungen oder zur Beteiligung an Betriebsratswahlen. Dadurch soll die Handlungs-, Aktions- und Streikfähigkeit in Betrieben, Konzernen, Branchen oder Regionen gestärkt werden.

Beispiel: Holz- und Kunststoffgewerbe

Im Holz- und Kunststoffgewerbe erhalten 9 von 10 Beschäftigten einen IST-Lohn über dem gültigen Kollektivvertrag. Bis vor wenigen Jahren wurde dieser nicht verbindlich erhöht. Grund dafür war vor allem der niedrige gewerkschaftliche Organisationsgrad in beiden Branchen. Die Streikfähigkeit in den Betrieben war nicht gegeben.



Foto: Gewerkschaft Bau-Holz

Im November 2012 starteten die Gewerkschaft Bau-Holz gemeinsam mit BetriebsrätInnen daher die siebenmonatige österreichweite Mobilisierungskampagne „Mehr cash für alle!“

Ziel war es, bei den Kollektivvertragsverhandlungen im darauffolgenden Jahr eine verbindliche IST-Lohnerhöhung für die Beschäftigten im Holz- und Kunststoffgewerbe zu erreichen. Im Zuge der Mobilisierungskampagne fanden eine Reihe betrieblicher und öffentlicher Aktionen statt, wie etwa Befragungen in 91 ausgesuchten Betrieben mit insgesamt 4.800 Beschäftigten.

Die IST-Lohnerhöhung konnte zwar nicht beim ersten Anlauf erreicht werden, die Mobilisierungskampagne war dennoch ein Erfolg: So hat die Gewerkschaft Bau-Holz mit verschiedenen Aktionen in allen Bundesländern auf die niedrigen Löhne im Holz- und Kunststoffgewerbe in der Öffentlichkeit aufmerksam gemacht und hat an Handlungs- und Aktionsfähigkeit gewonnen. Dies hat letztlich auch dazu geführt, dass im Holzgewerbe 2016 und im Kunststoffgewerbe 2017 eine IST-Lohnerhöhung durchgesetzt werden konnte.



Foto: Gewerkschaft Bau-Holz

Kampagnen & Best-Practice-Beispiele

Beispiel: Betriebsratswahlen

Helmut und Günter traten mit ihren Listen bei den Betriebsratswahlen am Med-Campus in Linz an. Im Vorfeld führten sie zahlreiche 1:1-Gespräche mit ihren KollegInnen. Als brennendste Anliegen der KollegInnen stellten sich die Themen mangelnde Kinderbetreuung, fehlende Parkplätze, Ungleichheit bei Lohn und Gehalt sowie Personalmangel heraus. Helmut und Günter haben diese Themen zum Inhalt ihrer Wahlwerbung für die Betriebsratwahl gemacht. Bei der Erstellung der Liste der KandidatInnen achteten sie darauf, dass KollegInnen aus allen Bereichen des MedCampus vertreten waren.



Foto: Betriebsrat MedCampus

Im Dezember vor der Wahl nahm ein Teil der Betriebsratsmitglieder an einem gewerkschaftlichen Kommunikationstraining teil. In der Klausurtagung des Betriebsrats im Jänner wurden die Wahlwerbung mit kreativen Methoden geplant und Aufgaben unter den KollegInnen verteilt. Jede/r Betriebsrat/Betriebsrätin und jede Vertrauensperson hat seinen/ihren „Wirkungskreis“, das heißt er/sie kümmert sich um die Kommunikation mit bis zu zehn KollegInnen.

Die Listen von Helmut und Günter erhielten enorme Zustimmung in der Belegschaft. Nicht umsonst heißt es ihrem Selbstverständnis: *„Wir hören zu, greifen regulierend ein und begleiten. Wir sind Gewerkschaft. Deshalb stehen wir für mehr Mitgliederdemokratie, Beteiligung von Mitgliedern an Kampagnen und umfangreiche Information.“*

Kampagnen & Best-Practice-Beispiele

Wenn das Unternehmen kein Entgegenkommen zeigt oder bei gewerkschaftsfeindlichem Verhalten von Firmenleitungen braucht es entsprechenden Druck der gewerkschaftlichen Basis im Betrieb, um Anliegen durchsetzen oder Angriffe abwehren zu können. Daher ist der Druck bereits zu Beginn einer Druckkampagne relativ hoch.

Beispiel: Einzelhandel

Andreas arbeitet für den Textildiskonter Kik. Er ist Leiter einer Filiale in Villach. Damals, im Jahr 2006, hatte das Unternehmen noch keinen Betriebsrat. Dies wollte Andreas ändern und initiierte zusammen mit anderen KollegInnen eine Betriebsratswahl. Zwei Tage später erhielt Andreas von der Kik-Geschäftsführung die fristlose Entlassung – ohne Gründe zu nennen und verbunden mit einem Hausverbot für alle Kik-Filialen in Österreich. Andreas wandte sich an die Gewerkschaft der Privatangestellten, Druck, Journalismus, Papier (GPA-djp).



Foto: GPA-djp

Von Anfang an war klar, um gegen die fristlose Entlassung von Andreas angehen und Betriebsratswahlen abhalten zu können, brauchte es gegenüber dem Kik-Konzern entschlossenes Auftreten. Die GPA-djp startete eine Druckkampagne. Eine Reihe öffentlicher Aktionen wurden geplant und durchgeführt, um die Firmenleitung zum Umdenken zu bewegen. Innerhalb weniger Tage schickten 8.000 Menschen ein Protest-Email an Kik, und 400 Menschen nahmen an einer Kundgebung vor der Unternehmenszentrale in Wien teil. Parallel dazu vertrat die GPA-djp Andreas vor dem Arbeits- und Sozialgericht und richtete sich mit der Informationskampagne „Anki(c)k“ an die Kik-Beschäftigten. Dabei ging es um die „heißen“ Themen in der Branche: falsche Arbeitszeitaufzeichnungen, nicht ausbezahlte Überstunden und mangelnde Mitsprache im Betrieb.

Aufgrund des stetig steigenden Drucks, den die GPA-djp mit Unterstützung von BetriebsrätInnen aus verschiedenen Betrieben im Einzelhandel sowie über die Öffentlichkeit erzeugen konnte, musste Kik Andreas wieder einstellen. Letztlich konnte auch die längst überfällige Betriebsratswahl stattfinden.

Kampagnen & Best-Practice-Beispiele

7

Einige Gewerkschaftsorganisationen in Österreich verzeichnen aktuell Zuwächse bei ihren Mitgliedern. Der gewerkschaftliche Organisationsgrad in Österreich, wie auch in vielen Ländern weltweit, hingegen sinkt dramatisch – das ist der Anteil der Gewerkschaftsmitglieder an der erwerbstätigen Bevölkerung.

Bereits vor zehn Jahren hat die Gewerkschaft Bau-Holz daher begonnen, sich mit diesem Problem intensiv zu beschäftigen. Den Beteiligten war klar, diesen Mitgliederverlusten konnte nicht, wie bisher, mit reinen Werbekampagnen begegnet werden. Denn Serviceleistungen allein sind für viele Menschen kein Grund, sich langfristig an eine Gewerkschaftsorganisation zu binden.

Organizing wurde als machtvolle Antwort gesehen, wenn bisherige sozialpartnerschaftliche Strategien ihre Grenzen erreicht haben. Erfolgreiches Organizing setzt darauf, Anliegen von Beschäftigten mit einer aktiven und kampffähigen Mitgliederbasis durchzusetzen.

Entscheidend dabei war, dass die Führung der Gewerkschaft Bau-Holz bereit war, diesen Schritt zu gehen und auch Ressourcen dafür zur Verfügung stellte. So wurde eine Arbeitsgruppe gegründet, um die Umsetzung des Organizing-Modells sowie dessen Weiterentwicklung sicherzustellen.

Ein wesentlicher Schritt dabei war die Ausbildung aller hauptamtlichen GewerkschaftssekretärInnen. Im Rahmen dieser Ausbildung führte jedes Bundesland praktische Organizing-Projekte durch – in den kleineren Bundesländern mindestens eines, in den größeren bis zu drei Projekte. Darüber hinaus werden BetriebsrätInnen geschult und in der Anwendung von Organizing-Werkzeugen in ihrer betrieblichen Praxis unterstützt und begleitet.



Foto: Gewerkschaft Bau-Holz

Das Resümee der Beteiligten: Organizing funktioniert – aber nur dann, wenn es in der Gewerkschaftsorganisation strukturell verankert ist.

Kampagnen & Best-Practice-Beispiele

Seit Anfang der 2000er-Jahre werden im AK-Bildungshaus Jägermayrhof gewerkschaftliche Organizing-Ausbildungen angeboten. Mittlerweile haben bereits über 500 GewerkschaftssekretärInnen, BetriebsrätInnen und Vertrauenspersonen an Organizing-Trainings und Lehrgängen teilgenommen.



Foto: AK OÖ

In den Organizing-Ausbildungen wird mit viel Kreativität, Spaß und Selbstbewusstsein am Aufbau gewerkschaftlicher Strukturen sowohl in betriebsrätlich organisierten als auch in unorganisierten Betrieben gearbeitet. TeilnehmerInnen berichten, dass dies ihre tägliche Arbeit zum Positiven verändert und gestärkt hat.

Organizing-Ausbildungen holen die betriebliche Realität in den Seminarraum. Die betriebliche Praxis der Teilnehmenden steht im Mittelpunkt. So sind etwa „Blitz“-Aktionen (*siehe: Seite 67*) mittlerweile fixer Bestandteil eines jeden Organizing-Lehrgangs am AK-Bildungshaus Jägermayrhof.

Die durchwegs positiven Rückmeldungen der Teilnehmenden zahlreicher Organizing-Trainings und Lehrgänge machen deutlich: Sich gemeinsam zu ermächtigen und mit KollegInnen die eigenen Anliegen vertreten und durchsetzen zu können, ist der Kern gewerkschaftlicher Bildung.

8 Materialien

Bücherauswahl

Geheimnisse einer erfolgreichen Organizerin. 2018, Alexandra Bradbury/Mark Brenner/Jane Slaughter, in Deutsche übersetzt von Yanira Wolf, Schmetterling Verlag.

Wir sind die Pflegekraft. Ein Handbuch. 2015 & DVD 2011, ver.di-Organizing-Team und KollegInnen der Medizinischen Hochschule Hannover, hg. v. ver.di Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft. Bestellbar unter: me@verdi.de

Arbeiten im Callcenter: Service um jeden Preis? Erfahrungsberichte und Organisationsmöglichkeiten. 2010, Sandra Stern/Annika Schönauer/Ursula Holtgrewe, Verlag ÖGB.

Organisiert Euch! Handbuch für Unternehmensrecherche. 2009, Juliane Karakayali, hg. v. ver.di Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft. Bestellbar unter: me@verdi.de

Never work alone! Organizing – ein Zukunftsmodell für Gewerkschaften. 2007, hg. v. Peter Bremme / Ulrike Fürniß / Ulrich Meinecke, VSA-Verlag.

Kampagnen als Erweiterung des gewerkschaftlichen Strategierepertoires in Österreich: Ursachen – Erfahrungen – Erkenntnisse. 2005, Gerhard Gstöttner-Hofer, Verlag ÖGB.



Filme und Serien

Keiner schiebt uns weg. 2018, Deutschland, Regie: Wolfgang Murnberger,
Drehbuch: Sebastian Orlac, Ulla Ziemann

Pride. 2014, GB, Regie: Matthew Warchus

Dringend gesucht – Anerkennung nicht vorgesehen. 2014, D/NL, Regie: Anne Frisius in Zusammenarbeit mit Mónica Orjeda

We Want Sex (Originaltitel: Made in Dagenham). 2010, GB, Regie: Nigel Cole,
Drehbuch: William Ivory

Das ganze Leben liegt vor Dir (Originaltitel: Tutta la vita davanti). 2008, I, Re-
gie: Paolo Virzì, Drehbuch: Francesco Bruni, Paolo Virzì

**Mit einem Lächeln auf den Lippen. Eine Hausarbeiterin ohne Papiere zieht
vors Arbeitsgericht.** 2008, D, Regie: Anne Frisius in Zusammenarbeit mit
Nadja Damm und Mónica Orjeda

It's a free world. 2007, GB/I/D/ES, Regie: Ken Loach, Drehbuch: Paul Laverty

Die Fabrik brennt (Originaltitel: Jusqu'au bout) 2004, F, Regie & Drehbuch:
Maurice Failevic

Bread and Roses (deutscher Titel: Brot und Rosen). 2000, USA, Regie: Ken Loach,
Drehbuch: Paul Laverty

Riff-Raff. 1991, GB, Regie: Ken Loach, Drehbuch: Bill Jesse

Silkwood. 1983, USA, Regie: Mike Nichols, Drehbuch: Alice Arlen,
Nora Ephron



8 Materialien

Norma Rae. 1979, USA, Regie: Martin Ritt, Drehbuch: Harriet Frank Jr., Irving Ravetch

Acht Stunden sind kein Tag. 1972, Ö, Regie & Drehbuch: Rainer Werner Fassbinder

Salt of the Earth. 1954, USA, Regie: Michael Wilson, Drehbuch: Herbert J. Biberman

Weblinks

Website zum Handbuch: www.organizing.at

Handouts zu den „Geheimnissen einer erfolgreichen Organizerin“:

<http://www.organisieren-gewinnen.de>

Handouts auf Englisch: <https://www.labornotes.org/secrets/handouts>

ORKA Organisation und Kampagnen – Gewerkschaftliches BeraterInnennetzwerk in Deutschland: www.orka.de



AutorInnen

Wolfgang Gerstmayer

43 Jahre alt, wohnhaft in Frankenburg, verheiratet, zwei Kinder. Ab 2001 Betriebsrat bei Fischer Sports und später Vorsitzender des ÖGB Ried im Innkreis. Absolvent der Gewerkschaftsschule OÖ, der Zukunftsakademie OÖ und der Sozialakademie in Wien. Seit 2014 Regionalsekretär der GPA-djp und seit 2019 stellvertretender Geschäftsführer der GPA-djp Oberösterreich.

MMag. Gerhard Gstöttner-Hofer

Leiter des AK-Bildungshauses Jägermayrhof und Leiter des Teams Bildungszentrum im Rahmen der Abteilung Kompetenzzentrum für betriebliche Interessenvertretung der Arbeiterkammer Oberösterreich. Publikationen zum Thema gewerkschaftliche Kampagnenarbeit sowie langjährige Organisation und Begleitung von Organizing-Ausbildungen im AK-Bildungshaus Jägermayrhof.

Christian Schneeweiß diplômé

hat 2008 ein sozialwissenschaftliches Studium an der Marc Bloch Universität in Straßburg absolviert und hat sich in seiner Masterarbeit mit dem Thema „Organizing“ eingehend auseinandergesetzt. Er ist seit 1992 Bildungssekretär der Gewerkschaft Bau-Holz OÖ. Absolvent der Gewerkschaftsschule OÖ und der Zukunftsakademie OÖ. Seit 2011 ist er Leiter der Arbeitsgruppe-Organizing in der Gewerkschaft Bau-Holz.

Sandra Stern

hat Sozialarbeit und Politikwissenschaft studiert und arbeitet als politische Erwachsenenbildnerin und Prozessbegleiterin. Sie war in gewerkschaftlichen Organizing-Kampagnen in den USA, Deutschland und Österreich tätig und ist Mitgründerin der UNDOK Anlaufstelle zur gewerkschaftlichen Unterstützung undokumentiert Arbeitender. Aktuell baut sie gemeinsam mit anderen das Bureau für Selbstorganisation (www.selbstorganisation.at) auf.

Martin Windtner

ÖGB-Sekretär für Linz-Stadt

Trainer für Organizing

Begleitung von Organisationsprozessen und Kampagnen

