

# Aktive Gewerkschaft Organisieren & gestalten

Aktionsgrundlagen und Beispiele

Version 2021



## Vorwort

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

unsere EVG ist eine Gewerkschaft des Mitmachens und der Beteiligung. Mitmachen ist ein ausdrucksvolles Zeichen von Überzeugung und Engagement!

Diese Broschüre ist als Einstieg in die kampagnen- und aktionsorientierte Gewerkschaftsarbeit gedacht. Sie soll euch bei euren täglichen kleinen und großen betrieblichen Auseinandersetzungen unterstützen.

Gewerkschaftsarbeit macht Spaß. Alles beginnt mit der bewussten Entscheidung für unsere Gewerkschaft. Jede Beteiligung, jede Aktivität ist wichtig – die Organisation einer EVG-Feier, die Mitwirkung beim Verteilen von Flugblättern, die Teilnahme an Kundgebungen und Warnstreiks oder die aktive Arbeit in gewerkschaftlichen Gremien. Miteinander wollen wir unsere Gewerkschaft weiter stärken.



Durch Aktionen und das Ermöglichen von aktiver Beteiligung gewinnen wir neue Mitglieder für unsere Gewerkschaft. Wir machen Gewerkschaftsarbeit vor Ort erlebbar.

Ihr, als engagierte Funktionärinnen und Funktionäre vor Ort, habt sicherlich noch viele Ideen oder baut unsere vorliegenden Vorschläge für eure Situation passend um.

Viel Erfolg wünscht euch dabei

Cosima Ingenschay

# Inhalt

<b>Grundidee</b> der aktiven Gewerkschaft .....	5
<b>Das Aktionsteam</b> im Betrieb .....	8
<b>Betriebslandkarte</b> .....	9
<b>Der gewerkschaftliche Betriebsplan</b> .....	13
<b>Einstufung</b> .....	14
<b>Effektive Fragen</b> .....	16
<b>Argumentationshilfen</b> bei Einwänden .....	18
<b>Kreative Aktionsbeispiele</b> .....	20
<b>Aktionsideen</b> .....	23
<b>Hinweise</b> und <b>Ansprechpartner</b> .....	38



HIER  
WIRD  
GESCHRUMPFT

pf  
N

NEIN zum  
Job-Abbau

NEIN zum  
Job-Abbau

Qualität  
Produktivität  
ung

Cherish

# Grundidee der aktiven Gewerkschaft

Ideen der Gewerkschaftsarbeit gibt es viele. Es gibt zahlreiche Ansätze, da auch die Situationen unterschiedlich sind. Ein Ansatz, den wir näher beleuchten wollen, ist die Planung und Durchführung von Aktionen. Über ein spezifisches methodisches Vorgehen und bestimmte Instrumente als Hilfsmittel werden Beschäftigte gezielt angesprochen und zur Durchsetzung ihrer eigenen Interessen aktiviert.

## Aktive Gewerkschaft bedeutet:

- Die Aktiven bestimmen die Aktionsform
- Die Themen der Kolleg\*innen werden zu den Themen der Aktionen
- Schon die Beteiligung/Aktion selber macht Werbung – persönlich und für die EVG im Betrieb
- Die Aktiven werden als betriebliche „Macht“ wahrgenommen
- Vom Einzelkämpfer und der Inaktivität zur aktiven, aktionsbereiten und durchsetzungsfähigen Belegschaft. Wir wollen weniger Stellvertreterpolitik, sondern mehr direkte Beteiligung der Beschäftigten. Dafür ist es notwendig, Kolleg\*innen zu aktivieren und konsequent in Handlungen und Entscheidungen einzubeziehen. Wir wollen die EVG erlebbar machen und verschiedene Möglichkeiten der aktiven Mitarbeit aufzeigen. Diese Beteiligung ist die Voraussetzung von Demokratie und Emanzipation
- Ein solches Vorgehen braucht Zeit und Geduld, ist aber dafür nachhaltig. Es gilt der Grundsatz: Tue nie etwas, was die Kolleg\*innen selbst tun können
- Generalprobe für den Tag X: Wir orientieren uns an dem Leitgedanken und einer Offensivstrategie: Wir sind proaktiv und dem Arbeitgeber immer einen Schritt voraus. Wenn nötig, können wir Möglichkeiten und Strukturen nutzen, um Druck zu entfalten und konfliktorientiert in Auseinandersetzungen zu gehen

## 4-Phasen-Modell

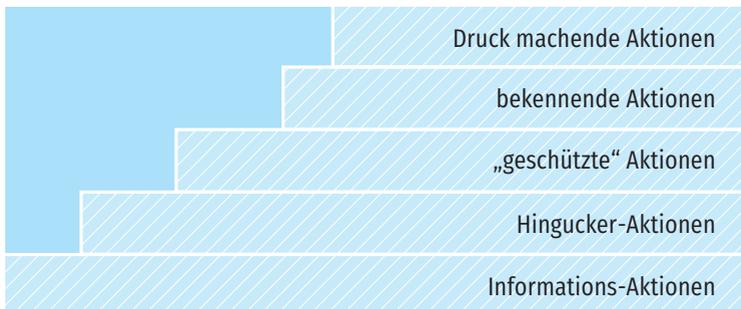


..... ➤ Kontinuierliche Prozesse: Strukturen, Mitglieder

Aktionen starten mit der grundlegenden **Initiierungsphase**, der wichtigen Vorbereitung und der Planung. Über den Zugang in der **Informationsphase** werden die Kolleg\*innen aufgeklärt und es entsteht ein direkter Austausch. Strukturen und eine Basis werden durchgehend aufgebaut, vorhandene Strukturen werden gestärkt und ausgebaut.

In der **Beteiligungsphase** stehen die Kolleg\*innen aktiv im Fokus, anhand ihres Themenkonfliktes beziehungsweise ihrer Forderungen ergeben sich Aktionsmöglichkeiten, die beteiligungsorientiert erarbeitet werden. In der **Aktionsphase** oder auch Eskalationsphase finden die Aktionen ihren Höhepunkt und möglichst viele Kolleg\*innen beteiligen sich aktiv. Nach der Aktionsphase werden Erfolge gefeiert. Wertschätzung der Kolleg\*innen hat oberste Priorität.

### Stufen gewerkschaftlicher Aktionen



## Warum die Mitgliederzahl wichtig ist?



**Das heißt, je mehr Mitglieder wir haben – desto erfolgreicher unsere Aktionen. Je mehr Mitglieder wir in unseren Aktionen gewinnen – desto stärker unsere Durchschlagskraft.**

## Die hilfreiche Ziele-Matrix



# Das Aktionsteam im Betrieb

Das Aktionsteam setzt sich aus aktiven EVG-Mitgliedern zusammen, das heißt, es kann die Betriebs-/Dienststellengruppe, ein Teil davon oder einfach eine Gruppe von aktiven EVG-Mitgliedern aus dem Betrieb sein, ohne dass sie einem Gremium oder einer Funktion angehört.

Für die Planung einer strategischen Kampagne sind gewerkschaftliche Erfahrungen, allgemeines Wissen und Kompetenzen erforderlich, die viele Kolleg\*innen zu Beginn des Aufbaus noch nicht haben können.

Daher besteht ein Aktionsteam immer aus verschiedenen Mitgliedern, die ihre unterschiedlichen Kompetenzen einbringen. Jeder bringt sich ein, und genau das stärkt das Team. Bei der Bildung des Aktionsteams ist es daher wichtig zu überlegen: Wer kann sich wie einbringen und wer hat welche Stärken?

Das betriebliche Aktionsteam gibt Impulse: Es schafft die Rahmenbedingungen, leitet und steuert den Prozess, gibt Anregungen für die nächsten Schritte und unterstützt die Arbeit der Aktiven und Mitglieder im Betrieb, indem es den Prozess begleitet. Das betriebliche Aktionsteam entwickelt die Strategie und hat das Gesamtkonzept im Auge. Es hat eine Vorstellung, wie die Beschäftigten ihre Probleme lösen können. Die Rolle verändert sich mit der Zeit. Es gibt die anfänglich meist in größerem Umfang übernommenen Aufgaben und Funktionen sowie die Verantwortung nach und nach an den Aktivenkreis ab, denn wir

wollen immer mehr aktive Mitglieder im Betrieb fördern und ihnen auch erste Aufgaben übertragen.

Ziel ist es, eine gewerkschaftliche Struktur mit handlungs- und konfliktfähigen Akteuren aufzubauen. Möglichst viele Kolleg\*innen sollen eingebunden werden. Das Aktionsteam ist Motivator, zuverlässiger Begleiter, Unterstützer und Ansprechpartner des Vertrauens.

Das betriebliche Aktionsteam ist keine Konkurrenz zu unseren Betriebs- oder Dienststellengruppen, sondern dient als Kernteam für die aktive Planung und Durchführung von Aktionen.

*Gemeinsam Aktionen planen und diese gemeinsam durchführen – das ist eine der Stärken der EVG*



# Betriebslandkarte

Die Betriebslandkarte ist eine grafische Darstellung des Betriebs. Auf dieser können sowohl die formellen als auch informellen Strukturen eines Betriebes abgebildet werden. Am Anfang eines Prozesses ist sie ein besonders gutes Instrument, um sich gemeinsam mit Beschäftigten ihren Betrieb anzugucken – aus einer besonderen Perspektive.

Wir müssen die realen Verhältnisse kennen: In welchen Bereichen genau sind wir wie stark, wie viele Mitglieder, Aktive und unterstützende Betriebs- und Personalräte beziehungsweise Betriebs- und Dienststellengruppen haben wir dort? Wo sind wir schwach aufgestellt und sollten weitere Unterstützer ansprechen?

Die Stärke dieses Instruments liegt darin, dass wir die Grundlage für eine Kräfteanalyse gemeinsam anhand eines Gesprächs mit den Aktiven erarbeiten und gleichzeitig die Informationen visualisieren. Die Beschäftigten sind in diesem Fall einerseits die Experten, die ihre Abteilung und Kolleg\*innen kennen. Andererseits ergibt sich für sie eine andere Perspektive, mit der sie auf ihren Betrieb/ihre Abteilung gucken.

Gleichzeitig wird auch deutlich, wo noch Unklarheiten herrschen und Informationen fehlen. Daraus ergeben sich sehr transparent und für alle nachvollziehbar die nächsten Schritte und Aufgaben.

## Ziele

- einen Überblick und Verständnis über die realen Kräfteverhältnisse im Betrieb gewinnen
- eine Grundlage für nächste Schritte zur Aktivierung schaffen

## Vorgehen

- einen Lageplan des Betriebes erstellen/ vorhandenes Kartenmaterial nutzen
  - einzelne Abteilungen/Hallen/Bereiche mit Anzahl der Beschäftigten, der Mitglieder, Aktiven/Kontakte darstellen
  - formelle und informelle Strukturen abbilden (Sozialräume, Aushangkästen, Vorgesetztenbüro, Kaffeeautomat, strategisch wichtige Punkte und vieles mehr)
  - überlegen, welche Informationen sonst noch relevant sein könnten – beispielsweise Bereiche, die besondere Aufmerksamkeit brauchen, etwa weil es strategisch wichtige Abteilungen sind, dort in Schichten oder mit viel Leiharbeit gearbeitet wird oder bestimmte Berufsgruppen dominieren
- Eine gut strukturierte Betriebslandkarte verträgt sehr viele Informationen. Da wir von unseren Kolleg\*innen immer wieder neues Wissen bekommen, verändert sie sich ständig. Sie sollte daher auch regelmäßig aktualisiert werden
  - Schon das gemeinsame Zeichnen beziehungsweise Zusammenstellen schafft ein positives Gemeinschaftsgefühl und aktiviert

Werkhalle 1	Verwaltung 1	Lager	Lokführer Standort A	Rangierer Standort B
40 MA	10 MA	10 MA	35 MA	30 MA
35 EVG	5 EVG	10 EVG	25 EVG	26 EVG
2 BR	–	1 BR	2 BR	2 BR
5 aktive Mitglieder in der BG/DG	1 aktives Mitglied in der BG/DG	2 aktive Mitglieder in der BG/DG	14 aktive Mitglieder in der BG/DG	11 aktive Mitglieder in der BG/DG
Themen A, C	Thema B	Themen A, B	Thema C	Themen A, B, C

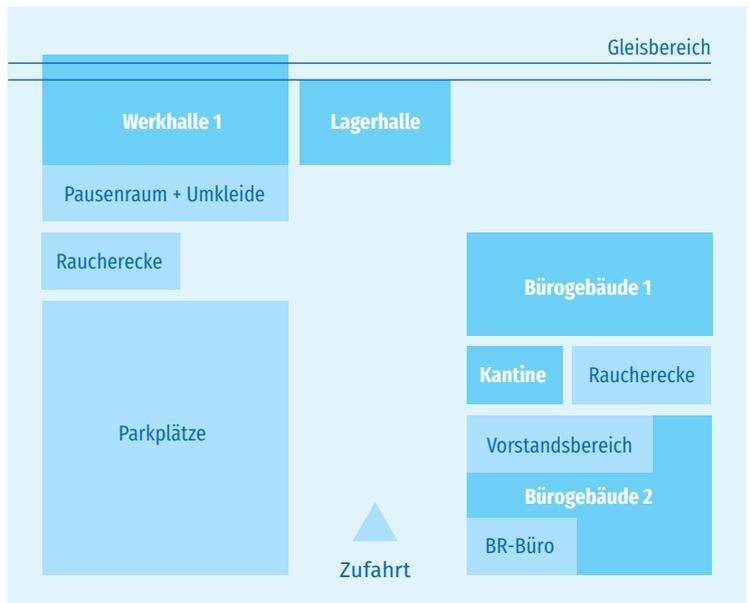
*Haben wir eine Gesamtübersicht über den Betrieb erstellt, wird jede Abteilung strukturiert dargestellt.*

Mit Karteikarten, die an einer Pinnwand hängen, lässt sich am einfachsten ein Überblick über die Betriebsstruktur verschaffen.



### Beispiel elektronische Betriebslandkarte – Standort

Die gesammelten Informationen werden in die Betriebslandkarte übertragen (auch nützlich: vorhandene Werkspläne, Standortübersichten etc.)



## Nützliche Fragestellungen an Beschäftigte für eine Betriebslandkarte

- Bitte male deinen Betrieb auf. Alle Etagen/Nebengebäude/Wegstrecken und so weiter.
- Wo gibt es Umkleidemöglichkeiten? Parkplätze?
- Wo ist dein Arbeitsplatz? Wo sitzen/arbeiten die Beschäftigten?
- Wo beginnst und endest du mit deiner Arbeit?
- Gibt es eine Kantine?
- Wo wird geraucht/Kaffee getrunken?
- Wo wird die Pause verbracht? Wie lange halten sich die Kolleg\*innen dort auf?
- Wo gibt es Aushangwände oder wo werden Informationen gelesen?
- Unterscheidung Arbeiter/Angestellte (direkt/indirekt)?
- Wo sitzt der Chef? Dein Vorgesetzter?
- Gibt es ein Betriebsratsbüro oder mehrere Betriebsratsbüros/Anlaufstellen?
- Wo triffst du deine Betriebsratsmitglieder oder deine EVG-Ansprechpartner? Wo sitzen sie?
- Gibt es unterschiedliche Nationalitäten?
- Wie ist die Geschlechterverteilung?

*Unsere Mitglieder  
stehen im Mittelpunkt.  
Sie sind die Aktiven  
vor Ort und werden  
unterstützt, wo immer  
dies möglich ist.*



# Der gewerkschaftliche Betriebsplan

Der „gewerkschaftliche Betriebsplan“ kann leicht per Excel erstellt werden. Mit diesem Plan erhalten Betriebsräte und EVG-Aktive einen guten Überblick über die Mitglieder im eigenen Betrieb. Mittels Beschäftigten- und Mitgliederlisten können sehr genaue Auswertungen – etwa über den Organisationsgrad in Abteilungen, Alters- oder Beschäftigtengruppen – vorgenommen werden.

Das ist sehr hilfreich bei der Planung und Durchführung von zielgruppenorientierten Ansprachen. Jede Veränderung bei den Beschäftigten kann mit einigen wenigen Schritten dokumentiert und die gezielte Ansprache

von Kolleg\*innen daraufhin inhaltlich abgestimmt werden. Informationen, die eine Betriebslandkarte überfrachten würden, können übersichtlich in der Excel-Liste dokumentiert werden.

Abteilung:								
Schicht/Einheit:								
<b>Kollektive Aktionen</b>								
Aktivist/-innen	1	2	3	4	5	6	...	
1								
2								
3								
4								
5								
...								
Beschäftigte/-er	1	2	3	4	5	6	...	
1								
2								
3								
4								
5								
...								

# Einstufung

Täglich schätzen wir Menschen, denen wir begegnen, ein. Wir ordnen sie automatisch verschiedenen Kategorien zu, oft ohne mit ihnen vorher gesprochen zu haben. Dies passiert ganz automatisch. Mit der gewerkschaftlichen Einschätzung wollen wir uns ein möglichst realistisches Bild von unseren Kräfteverhältnissen im Betrieb verschaffen. Ein effektives Instrument dazu ist die Einschätzung von Beschäftigten, welche wir gut mit der Betriebslandkarte verbinden können.

Wir setzen das Mikroskop an und gucken sehr genau auf die Belegschaft und den einzelnen Beschäftigten. Wir erhalten ein Bild davon, wie die jeweilige Haltung gegenüber der Gewerkschaft ist und wie viele Unterstützerinnen und Unterstützer wir bislang haben. Wenn wir die Einschätzung in die

Betriebslandkarte eintragen, ist genau ablesbar, wie viel wirkliche Aktivposten sich beispielsweise in einer Abteilung sammeln.

Danach können wir genau unseren Ressourceneinsatz planen und festlegen, mit welchen Kolleg\*innen noch aktivierende Gespräche geführt werden müssen, aber auch, wo diejenigen sind, die uns ablehnend gegenüberstehen.

Die Einschätzung ändert sich fortlaufend, weil wir durch unsere Aktionen mit den Menschen in Kontakt treten und diese ihre Einstellung ändern – im Sinne unserer Zielstellung werden sie sich aktiv für ihre/unserer Gewerkschaftsthemen einbringen. Darum muss die Bewertung immer wieder überprüft und angepasst werden.

**Hinweis: Wenn ihr euch am „grünen Tisch“ nicht sicher seid, ob es so oder so ist, geht raus und fragt. Das ist eine gute Übung und schafft Aufmerksamkeit für eure Aktivitäten.**

## Ziele

- eine objektive Grundlage für eine Einschätzung der Kräfteverhältnisse schaffen
- effektiven Einsatz von Ressourcen planen
- gezielt die Aktivposten unter den Beschäftigten ausmachen
- Schlüsselpersonen identifizieren, die wichtige Rollen in dem Prozess übernehmen können

## Vorgehen

- Auswertung der Gespräche mit unseren EVG-Aktiven/der EVG-Betriebs-/Dienststellengruppe
- Einschätzung der Kolleg\*innen nach ihrer Bereitschaft zur aktiven Unterstützung
- Erstellen eines Überblicks

## Wie sieht die Einschätzung aus?

Für die Zuordnung hat sich ein fünfstufiges Raster bewährt, mit dem sich die Kolleg\*innen in ihrer Einstellung zu Gewerkschaften generell, ihrer Haltung gegenüber möglichen

Aktivitäten im Betrieb und später in ihrem tatsächlichen Einsatz beurteilen und einordnen lassen.

### Einstellung gegenüber der Gewerkschaft

- 1 aktiv, zugewandt – redet aktiv mit anderen Kolleg\*innen über die EVG
- 2 offen, spricht aber nicht aktiv mit anderen Kolleg\*innen
- 3 neutral
- 4 kritisch
- 5 aktiv ablehnend

### Bei ihrer Haltung gegenüber Aktivitäten wäre das entsprechend

- 1 aktiv und mobilisiert andere
- 2 macht aktiv mit
- 3 unentschieden
- 4 beteiligt sich nicht
- 5 arbeitet aktiv gegen uns und hält andere Kolleg\*innen ab

Klar: Kolleg\*innen der Kategorie 1 sind Glücksgriffe, sie sind unsere Schlüsselpersonen. Mit 2er-Kolleg\*innen lässt es sich gut arbeiten.

Bei Kolleg\*innen, die unter 4 und 5 fallen, investieren wir zu Beginn nicht unsere kostbare Zeit. Sie werden gegebenenfalls erst nach einiger Zeit und nach erfolgreichen Aktionen wichtig.

**Bei der ersten Welle der Aktionen besteht bei der Aktivierung der 3er unser weiteres und wichtigstes Potenzial.**

Sollte eine 1-bis-5-Einstufung zu Beginn schwerfallen, kann auch mit positiven und negativen Smileys eine Tendenz dargestellt werden, auf der weitere Einschätzungen aufbauen können.

# Effektive Fragen

Um mit den Kolleg\*innen im Betrieb ins Gespräch zu kommen, stellen wir Fragen und gehen auf die Probleme und Bedürfnisse ein. Zum Beispiel:

## Den Beschäftigten und seine Arbeit kennenlernen

- Erzähl doch mal: Wie sieht ein Arbeitstag bei dir aus?
- Was machst du eigentlich konkret bei deiner Arbeit?
- Wie kann ich mir deinen Arbeitsplatz vorstellen?
- Was unterscheidet einen guten von einem stressigen Arbeitstag?
- Was hast du vorher gemacht? Wo hast du vorher gearbeitet?  
Wie war das im Vergleich zu jetzt?
- Wo hast du deine Ausbildung gemacht? Ist das dein Traumberuf, warum hast du dich für diese Ausbildung entschieden?
- Warum hast du dich entschieden, als   zu arbeiten?

## Die persönliche Geschichte erfahren

- Woher kommst du? Seit wann lebst du hier? Warum hast du dein Land verlassen?
- Was für Interessen hast du neben deiner Arbeit?
- Hast du schon mal was gemacht, bei einer Kampagne mitgemacht oder dich sonst engagiert?
- Hast du Erfahrungen mit Gewerkschaften, mit Auseinandersetzungen?
- Wie siehst du deine Zukunft, welche Vorstellungen hast du?
- Was hält dich davon ab?

## **Zu den Themen gelangen – allgemeine Fragen**

- Wie haben sich die Bedingungen verändert, seitdem du hier angefangen hast?
- Was meinst du, sollte sich verändern/verbessern?
- Wie sollten die Veränderungen aussehen?
- Erzähl doch mal, wie es bei deinen Kolleg\*innen aussieht. Wie sehen die das?

## **Tief gehende Fragen**

- Welches der Probleme, die du genannt hast, würdest du zuerst ändern?
- Wenn du die Macht hättest, eine Sache hier zu ändern, was würdest du verbessern?
- Was wäre, wenn du in den nächsten Jahren keine Lohnerhöhung erhalten würdest?

## **Erzähl mir mehr**

- Ist die Belastung jeden Tag gleich?
- Wie viele Kolleg\*innen betrifft das?
- Wie sehen das deine Kolleg\*innen?
- Was hältst du von diesem Zustand?

## **Eine Zusage erhalten und aktiv werden**

- Würdest du das Problem gerne angehen und etwas tun?
- Bist du bereit, diese Veränderung einzuleiten?
- Bist du bereit, dich dafür zu engagieren?
- Bist du bereit, die Kampagne/die Aktionen zu unterstützen?
- Bist du bereit, Mitglied zu werden?
- Kommst du zum Treffen/zur Aktion/zur Demonstration?

# Argumentationshilfen bei Einwänden

Viele Gesprächspartner werden zögern und Bedenken haben, einige werden sie nennen, andere vielleicht nicht. Wichtig ist zu verstehen, wie der Einwand gemeint ist, und zu verstehen, was die Beweggründe sind. Oft sind Äußerungen vorgeschobene Ausreden und es verbirgt sich Angst dahinter. Damit müssen wir umgehen.

## Grundsätzlich gilt

- zuhören
- nachfragen, verstehen
- Verständnis zeigen
- Weg nach vorne aufzeigen und konkreten Vorschlag machen

*„Flagge zeigen“ am Bahnsteig.  
Öffentlichkeitswirksame Aktionen  
sorgen für Aufmerksamkeit.*



## Beispiele für die meistgenannten Einwände und mögliche Argumente dagegen:

### „Bringt doch eh nichts.“

- Hier ist es am besten, konkrete Beispiele aus unserem Organisationsbereich zu nennen, bei denen Kolleg\*innen mit Unterstützung der EVG erfolgreich waren. Wenn ihr dazu Ideen braucht, kann euch eure Geschäftsstelle weiterhelfen.

### „Ich hab keine Zeit.“

- „Keine Zeit? Genau das Problem wollen wir ja lösen. Wir treffen uns, damit wir vor allem in unserer Freizeit mehr Zeit und auch wieder mehr Energie haben.“
- „Wie viel Zeit hast du denn? Wenn wir genug Leute finden, die mitmachen und sich gegenseitig auf dem Laufenden halten, muss jeder nur alle paar Wochen/Monate kommen.“

### „Mir ist das zu gefährlich.“

- Welche Angst hat der/die Kolleg\*in: den Job zu verlieren? Ärger mit dem Arbeitgeber zu bekommen? Im Dienstplan schlechter wegzukommen? Von den Kolleg\*innen gemobbt zu werden?
- „Das Treffen findet außerhalb des Betriebs und in der Freizeit statt. Das bekommt niemand mit.“

### „Ich kann nicht so gut reden.“

- „Verstehe. So ging es mir auch am Anfang. Aber du kennst die Situation in deiner Abteilung am besten. Niemand kann deine Interessen so gut vertreten wie du.“

### „Wieso sollen wir euch trauen? Ihr wart doch früher auch nicht da?“

- „Aber jetzt sind wir da und sprechen miteinander.“

# Kreative Aktionsbeispiele

Für eine Blitzaktion sollten möglichst viele Kolleg\*innen organisiert werden, um für eine gezielte, zeitlich bestimmte Zeit in den Betrieb/in die Abteilungen zu gehen. Vor Ort sollen mit den Kolleg\*innen in 2-, 5-, 10-Minuten-Aktionen gewerkschaftliche Themen besprochen oder Kurzinterviews über betriebliche Themen/Probleme geführt werden.

## Blitzaktionen als Instrument für Gespräche

Als Vorgabe gilt: Wir reden maximal 30 % und hören 70 % der/dem Kolleg\*in zu. Wir wollen etwas von ihr/ihm erfahren und unser Interesse an ihrer/seiner Situation ausdrücken. Unser Gesprächspartner steht mit seiner Situation, seinen Problemen und seinen Ideen im Blickpunkt.

## Die Fragenstruktur

**Wut** Beschreibung Situation (Wahrnehmung, Betroffenheit)

**Vision** unser Plan/Gewerkschaftsbotschaft

**Aktion** Mitmach-/Beteiligungsfrage – Möglichkeiten zur aktiven Teilnahme

Eine Blitzaktion bedarf einer konkreten Vorbereitung über Zeit, Ort, Thema, Zielstellung, Themen des Betriebes, Themen der Kolleg\*innen, Themen der EVG, Fragestellungen, Frageformen, Einschätzung und Einordnung der Kolleg\*innen (möglichst konkret und personenbezogen). Es bietet sich an, den Kolleg\*innen bei der Blitzaktion die Möglichkeit der Teilnahme an Anschlussveranstaltungen einzuräumen. Auch sollten dabei möglichst viele Kontaktadressen aufgenommen werden (unter freiwilliger Zustimmung).

Auch die Ausrüstung der Beauftragten ist zu organisieren, dabei bietet es sich an, den Kolleg\*innen Betriebskarten, Mitarbeiterliste inklusive Einschätzung, Klemmbretter (2-seitig), Kugelschreiber, Visitenkarten oder einen betrieblichen Ansprechpartner als Unterstützung zu bieten. In sicherheitsrelevanten Bereichen ist auf den Arbeitsschutz zu achten und je nach Situation ist die Sichtbarkeit der EVG durch Caps, Jacken, Pins wichtig.

*Beispiel Bahnhofsaktion:  
Hierbei kommt man mit Mitgliedern  
und ggf. Nicht-Mitgliedern ins Gespräch.*

## Zur Durchführung sollten Teams gebildet werden.

Unter Bezug auf § 2 Absatz 2 Betriebsverfassungsgesetz (BetrVG) und Artikel 9 Absatz 3 Grundgesetz (GG) nutzen wir bei einer Blitzaktion als Beauftragte der EVG unser Zugangsrecht in den Betrieb. Einer vorherigen Zustimmung des Arbeitgebers bedarf der entsandte Gewerkschaftsbeauftragte vor Ausübung seines Zutrittsrechtes nicht.

## 1-zu-1-Gespräche

Wir haben über die Betriebslandkarten verschiedene Zugangsmöglichkeiten herausgefunden und wissen, wo wir die Kolleg\*innen antreffen können. Nun wollen wir ins Gespräch kommen und die Themen der Kolleg\*innen in den Fokus setzen – das heißt, wir sprechen die Kolleg\*innen persönlich und direkt an. Dies kann im Rahmen unserer Blitzaktionen stattfinden.



## Ziele

- den ersten Kontakt herstellen
- Vertrauen und eine möglichst stabile Beziehung zu den Beschäftigten aufbauen
- die Themen identifizieren, die die Beschäftigten in diesem Betrieb besonders berühren
- Schlüsselpersonen identifizieren
- zusätzliche Fakten über den Betrieb sammeln
- Wie viele und welche Leute sitzen wo und was machen sie dort?
- weitere Aktive finden: Wer ist noch ansprechbar?
- Beschäftigte aktivieren, mit weiteren Kolleg\*innen zu sprechen

## Vorgehen

- Wut und Anliegen herausfinden
- Hoffnung geben
- aktivieren und zu einem gemeinsamen Handeln verabreden
- Faustregel dabei: 70 % zuhören, 30 % reden

r.: Licht-Installation am DB-Gebäude Nordbahnhof, Berlin anlässlich der Gespräche zum Bündnis für unsere Bahn.



u.: Arbeitskampfmaßnahmen, Demonstrationen und/oder Protestaktionen müssen gut organisiert sein.



EVG-Werber\*innen-Karte nach verunglimpfenden Aktionen gegen unsere Kolleg\*innen durch eine andere Organisation in den Betrieben

# Aktionsideen

## Thematische Aktionstage

Der Aktionstag ist ein Format, das verschiedene Vorteile bietet und besonders geeignet ist, einen Impuls für weitere Aktivitäten zu geben. Er ist punktuell (durch ein Datum festgelegt) und schafft eine Erwartungshaltung für Kolleg\*innen. Der Aktionstag sollte Vorhersehbares mit Überraschungen kombinieren.

Aktionstage bedürfen einer gezielten, auf den Betrieb und das Umfeld abgestimmten Organisation. Möglichkeiten für punktuelles Engagement für Kolleg\*innen sind zu planen.

Bei Aktionstagen können gezielt persönliche Gespräche geführt werden beziehungsweise Gesprächssituationen können proaktiv konstruiert werden. Je nach thematischem Zusammenhang oder Bedarf der Kolleg\*innen können thematische Aktionstage auch in unterschiedlichen Einheiten/Abteilungen et cetera stattfinden.

## Kund\*innen integrieren/berücksichtigen

Viele Kund\*innen sind auf die Eisenbahn als Transportmittel für den eigenen Arbeitsweg angewiesen und haben in einigen Bereichen keine Ausweichmöglichkeit, daher sinkt das Verständnis für gewerkschaftliche Aktionen und Streikaktivitäten, wenn diese Aktivitäten die Kund\*innen negativ treffen. Kund\*innen sind aber auch eine gute Möglichkeit, um Solidarität zu organisieren.

Daher sollten bei Aktionen und Streikaktivitäten die Kund\*innen eingebunden werden, zum Beispiel durch Informationen und Aufklärungsschreiben. Mögliche Beteiligungsformen: E-Mail-Adressen, Unterschriftenlisten, Informationsmöglichkeiten, nächste Termine et cetera. Alternative Streikformen könnten in Zukunft organisiert werden, um Kunden nicht zu beeinträchtigen und sie für die Ziele der EVG zu sensibilisieren.

*Bundesweite Solidaritätsaktion während des Streik bei der eurobahn/Keolis*



So zum Beispiel ein aufbauender Streik, ähnlich der Stuttgarter Verkehrsbetriebe (ver.di), wo erst Serviceleistungen, Kartenkontrollen, Reparaturen et cetera eingestellt werden, bevor ein Vollstreik keinen Zug mehr fahren lässt. Eine parallele Kampagne und Informationen über die Presse sind zu organisieren.

Aushängen oder per Mobiltelefon verbreitet. Dabei wird immer ein öffentlicher Ort als Treffpunkt und ein genauer Zeitpunkt angegeben. Zumeist werden auch Informationen über die Aktion selbst und eventuell mitzubringende Gegenstände oder zu tragende Kleidung mitgegeben.



*Spontane und ungewöhnliche Flashmobs verschaffen viel Aufmerksamkeit*

### **Flashmobs in Bahnhöfen und Zügen**

Ein Flashmob ist ein kurzer, scheinbar spontaner Menschaufmarsch auf öffentlichen oder halböffentlichen Plätzen, bei denen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer persönlich nicht kennen und ungewöhnliche Dinge tun. Zunächst wird ein Aufruf von einem Urheber erfasst und via Online-Communitys, Weblogs, Newsgroups, E-Mail-Kettenbriefen,

Sollte die genaue Aktion nicht bekannt sein, treffen sich die Teilnehmer zunächst an dem vereinbarten Ort für die notwendigen Absprachen. Dann startet der Flashmob dadurch, dass jemand zum vereinbarten Zeitpunkt mit der vereinbarten Aktion beginnt und die anderen Teilnehmer rasch einsteigen. Diese wie aus dem Nichts blitzartig entstehende Bildung des Mobs und das identische Handeln der Personen im Mob (zum Beispiel Applaudieren, Telefonieren mit gleichen inhaltlichen Texten) sind typisch für Flashmobs. Für die unwissenden Passanten ist der Flashmob völlig überraschend und die Tätigkeit erscheint zumeist sinn- und inhaltslos.

Der Flashmob endet durch ein vereinbartes Signal, eine erreichte Zeit oder das natürliche Ende der Aktion. So schnell, wie die Menschen zusammengekommen sind, löst sich ihre Gruppe vor den Augen der häufig verduzteten Zuschauer auch wieder auf.

### **Berufsstartertag und Berufsmessen**

Auf Berufsmessen präsentiert sich der Arbeitgeber in einer möglichst positiven Form (Image, Prestige). Auf Protestaktionen ist er in der Regel nicht vorbereitet. Daher bieten Berufsmessen eine Möglichkeit, eventuelle Mitarbeiter\*innen/Kund\*innen über Missstände aufzuklären und einen positiven Eindruck des Arbeitgebers zu senken.

### **Mögliche Aktionen**

- Aufklärungsflyer
- Flyer zum Abgeben beim Stand des Arbeitgebers
- Unterschriftenlisten
- Präsenz zeigen mit T-Shirt-Slogan

### **Feuerwerk**

Ein Feuerwerk ist ein deutliches Signal und wird von vielen mit etwas Schönerem und Positivem verbunden. Es lässt sich thematisch verbinden. Feuerwerk ist nicht nur den professionellen Pyrotechnikern vorbehalten. Mit einer entsprechenden Ausnahmegenehmigung können alle Personen über 18 Jahre für private Veranstaltungen Feuerwerkskörper der Klasse 2, die sonst nur zu Silvester freiverkäuflich sind, kaufen.

### **Zünden nur mit Anmeldung und Genehmigung**

Für das Zünden von Feuerwerken der Klasse 2 benötigt man in Deutschland, außer zu Silvester, eine Genehmigung, die auf Antrag in der Regel problemlos erteilt wird. Damit alles reibungslos klappt, solltest du die Genehmigung circa zwei bis drei Wochen vor Verwendung bei der zuständigen Behörde (Gemeinde oder Stadt) beantragen.



*Bereit für den nächsten Einsatz:  
Die Tüten mit Info-Material zur EVG  
wollen verteilt werden.*

### **Protest Social Media/Internet**

Protestseiten auf Facebook, Twitter oder Protestmails sind einfache und schnelle Möglichkeiten, Forderungen und Proteste zu äußern und viele Kolleg\*innen, Freunde sowie Bekannte einzubinden. Es bietet sich an, einen Protest, den man online organisiert, durch einen symbolischen Akt offline zu verankern. Dazu gehört etwa, online gesammelte Unterschriften ausgedruckt an Politiker\*innen zu übergeben. Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Du kannst deine Unterstützer auch zu deinen Treffen einladen. Und warum nicht jedes Mal, wenn ein Petitionsziel erreicht wurde, eine kleine Aktion vor Ort starten?

### **Fußmatten**

Sie können vor jeder Tür liegen, eine Botschaft oder Forderung ist so leicht und für jeden sichtbar zu verdeutlichen.

### **Kantinen-Casino-Aktion „Geld verzocken – Mitarbeiter setzen“/Monopoly**

Kolleg\*innen gehen täglich und zahlreich in Kantinen, wo diverse Aktionen möglich sind. Ein thematisches Spiel um die Mittagszeit spielerisch zu gestalten, bietet sich an, um über dieses Spiel die Kolleg\*innen für Themen zu sensibilisieren.



### **Infostände**

Mit Infoständen seid ihr meistens sicht- und ansprechbar. Ihr habt dabei die Möglichkeit, auch ganz Unbescholtenen eure Materialien anzubieten. Damit ihr euch aber nicht nur die Beine in den Bauch steckt, solltet ihr den Infostand so gestalten, dass er für Vorbeikommende interessant und ansprechend ist. Deshalb überlegt euch ein Thema oder einen Anlass und setzt den Infostand unter ein Motto. Damit die Leute wissen, worum es geht, gestaltet ein Transparent mit der zentralen Aussage (Beispiel: „Ausbildungsplätze für alle!“). Nett kann es auch sein, den Infostand thematisch zu gestalten (Beispiel: Kameron basteln und um den Infostand aufzubauen, wenn ihr gegen Überwachung mobil machen wollt).

Dann wissen die Leute, denen ihr eure Flyer geben wollt, auch schon in etwa, worum es geht. Das motiviert eher, die Materialien auch mal anzunehmen oder euch auf eure politischen Forderungen anzusprechen.

Musik ist meist auch anziehend. Zusätzlich macht es Sinn, Flyer auch mal in Treffpunkten, Aufenthaltsräumen, Berufsschulen, Berufsakademien, Unis und so weiter auszuliegen oder sie am Eingang zu verteilen. In manchen Städten und Gemeinden gibt es wegerechtliche Auflagen für Infostände. Informiert euch bei der Stadt- oder Gemeindeverwaltung darüber, ob ihr eure Infostände anmelden müsst und welche Materialien ihr benutzen dürft (zum Beispiel Lautsprecher, Spendendose et cetera). Es gibt nichts Frustrierenderes, als von der Polizei wegen eines nicht korrekt ausgefüllten Formulars von einem gut vorbereiteten Infostand verschleudert zu werden. Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit des Straßentheaters, wo ihr eure Inhalte in bewegten und inszenierten Bildern symbolisch, auch gern mal überdeutlich und provokant, darstellen könnt. Denkt daran, dass Personen verbleiben sollten, die gleichzeitig Flyer verteilen und für Passanten ansprechbar sind.

### **Plakatieren**

Plakatieren machen die politischen Parteien zuhauf. Daher geht hier zielorientiert vor und wählt einen geeigneten Ort, wo die Kolleg\*innen garantiert auf euer Plakat aufmerksam werden, also Orte, wo Menschen zu Fuß unterwegs sind und auch die Mühe haben, auf Plakate zu achten, denn dann sind Plakate auch einer der wirkungsvollsten Werbeträger.

### **Zusammen- und Bündnisarbeit**

Gerade politische Ziele lassen sich häufig nicht allein erreichen. Dazu ist es praktisch, wenn man sich mit Bündnispartnern zusammenschließt. Das können andere Organisationen sein (zum Beispiel Greenpeace), andere Vereine, aber auch andere Gewerkschaften.

**Achtung!** Nicht jeder Bündnispartner ist geeignet, mit einer Gewerkschaft zusammenzuarbeiten. Beachtet bitte, dass die Kooperationen auch in das gewerkschaftliche Bild passen und nicht gegen unsere gewerkschaftlichen Grundsätze stehen. Solltet ihr da unsicher sein, dann lasst die Zusammenarbeit lieber sein oder fragt bei eurem/r EVG-Gewerkschaftssekretär\*in nach.

### **Die Meinungswand**

Eine Pinnwand – vielfach neu aufzubauen und flexibel zu transportieren zu Aktionsorten oder Betriebsversammlungen.

Die Kolleg\*innen oder auch die Öffentlichkeit können ihre Meinung zu einer der Kampagnenforderungen darauf eintragen. Die inhaltliche Auseinandersetzung ist garantiert und andere Infomaterialien können nachgeschoben werden. Eine Variante davon ist die, alle Forderungen auf eine Pinnwand zu schreiben und mit Möglichkeiten zum Ankreuzen für die Kolleg\*innen zu versehen: „Finde ich gut.“ „Will mehr Informationen.“ „Was soll der Blödsinn?“

### **Die Aktivenwand („Ich zeige mein Gesicht“)**

Eine Pinnwand mit den Gesichtern der Gewerkschaft im Betrieb und einer Begründung, warum sie in der Gewerkschaft sind. Dies schafft Verbundenheit, die Wand soll wachsen! Entwicklung bei den Kolleg\*innen: Wenn der/die sich traut/dabei ist, traue ich mich das auch!

### **Geldscheine/Münzen verteilen/Cent-Aktion**

Geldscheine verteilen mit dem durchschnittlichen/geringsten Verdienst im Betrieb oder nach dem Motto „Diesen Cent hättest du vielleicht auch ohne uns erreicht, Gewerkschaften sind stärker ...“

### **Beratungsbörse**

Bei einer Betriebsversammlung kann für eine kurze Zeit die frontale Situation „Eine/r spricht, alle anderen hören zu“ aufgelöst werden, indem für kurze Zeit zu einem bestimmten Thema oder einer Fragestellung um Tische herum kleine Gesprächsgruppen gebildet werden (4 bis 6 Personen, die anschließend im Plenum kurz den Verlauf ihrer Diskussion vorstellen.

### **Auf den Weg bringen**

Informationen können im wörtlichen Sinne „auf den Weg“ zum Adressaten gebracht werden, indem die Arbeitswege, auf denen die Kolleg\*innen morgens zu ihrem Arbeitsplatz gehen, mit Plakaten geschmückt werden. Auf diesen Plakaten stehen Informationen zu der Kampagne.

### **Schwarz-weiß malen**

Mit unterschiedlich farbigem Papier legt man an einer Stelle, über die viele Menschen gehen müssen, einen Zebrastrifen aus.

- Auf jedem Streifen sind Argumente notiert, einmal pro und einmal contra
- eine schöne Aktion, um ein Thema nachhaltig z. B. in der Belegschaft zu verankern

### **Der wachsende Text**

Eine schöne Form, Aufmerksamkeit zu wecken, ist der wachsende Text. Auf einer Tafel, an der die Kolleg\*innen häufig oder täglich vorbeikommen, wird eine Frage zur laufenden Kampagne gestellt. Am darauffolgenden Tag steht dort eine neue Frage und dann werden Antwortmöglichkeiten vorgeschlagen. Der Text entwickelt sich Tag für Tag, bis dann eines Tages die Antwort vom Betriebsrat oder von der EVG notiert wird. Bis dahin wurden viele Diskussionen ausgelöst.

### **Klagemauer**

Auf Kartons werden Fragen oder Probleme aufgeklebt. Diese werden dann bei einer Veranstaltung aufgebaut. Sehr wirkungsvoll, wenn jeder einzelne Stein der Klagemauer mit einer kleinen Begleitrede aufgebaut wird.

### **Mützen und Buttons**

Mützen, Buttons und T-Shirts mit den Slogans der Kampagne drucken lassen. Entsprechende Geschäfte finden sich mittlerweile fast in jeder Stadt.

### **Peanuts für alle**

An die Kolleg\*innen werden Erdnusspäckchen verteilt mit der Aufschrift „Peanuts für alle, aber bald kein Weihnachtsgeld?“.

### **Morgen kommt der Weihnachtsmann**

Vor Weihnachten Schilder mit Weihnachtsmännern und rotem Balken versehenen Aufschrift aufhängen: „Künftig kommt der Weihnachtsmann nur noch zu denen, die im goldenen Buch der Arbeitgeber stehen.“

### **Streik auf Stellwerken**

Gezielte Aktion, um dem Arbeitgeber einen möglichst großen wirtschaftlichen Schaden zuzufügen. Strategische Punkte sind dabei von Vorteil.

### **Flashmob in Zügen**

In einem Zug platzieren sich mehrere Mitglieder und verhalten sich wie normale Fahrgäste. Einer dieser Leute spricht den/die Kolleg\*in an und fragt nach der Gewerkschaftsmitgliedschaft und ob sie/er denn über Leistungen Bescheid wüsste. Nach und nach steht ein Mitglied nach dem anderen auf und steigt in die Diskussion mit ein. Alle berichten positiv von unterschiedlichen Leistungen der EVG und dass sie sich dort gut aufgehoben fühlen.

### **Bierfilze mit Platz für Fragen auf Betriebsversammlungen**

Um eine höhere Beteiligung bei den Betriebsversammlungen zu erzielen, wurden Bierfilze mit EVG-Logo gedruckt. Die Rückseite ist für Fragen frei und mit einem vorgedruckten Feld versehen. Schöner Eyecatcher, der für Gesprächsstoff sorgt.

### **Dienstparkplatz-Aktion**

Verkleidete\*r Kontrolleur\*in zur Bezahlung. Freie Fahrt für EVG-Mitglieder und Verteilen von Flyern.

### **Öffentliche Kampagne**

Ausbildungsmesse: Verteilen von Flyern mit Infos über aktuelle Tarifrunden oder Probleme im Betrieb. Umgestalten von Werbekampagnen zu unseren Gunsten (zum Beispiel Pinnnadeln mit dem Aufdruck „Übernahmeverweigerer“ oder „Knauserer“)

### **Aufkleber-Aktion auf Zügen und in Bahnhöfen**

Statt echter Aufkleber werden statische Aufkleber mit Aussagen und Forderungen bedruckt. Diese gelten nicht als offizielle Aufkleber und dadurch macht man sich auch nicht strafbar, da es keine Sachbeschädigung ist. Die statischen Aufkleber lassen sich ohne Rückstände lösen und haften an allen flachen Flächen, zum Beispiel einem Zug oder im Bahnhof.

## Desinfektionsmittel „Schlechte Arbeitsbedingungen Ex“

Leere Sprühflasche mit Wasser befüllen und einen entsprechenden Aufdruck designen lassen. Das Ganze öffentlichkeitswirksam auf öffentliche Flächen sprühen. Fotos für die Presse.

## Tatort auf den Bahnsteigen oder Zugängen absperren

Auf den Bahnsteigen und den Zugängen wird mit Absperrband ein kleiner Tatort abgesperrt. Mit Straßenkreide können hier die Forderungen kurz und knapp aufgeschrieben beziehungsweise Botschaften hinterlassen werden.

## Trauerzug 1

Ein Flashmob mit vielen Mitgliedern, die alle in schwarzer Kleidung und Kapuze in den Zug einsteigen, am besten in der Rushhour. Ein Banner soll die Forderung unterstreichen.

## Trauerzug 2

Kolleg\*innen bekommen vor dem Betriebsgelände eine schwarze Kutte, ziehen diese an und gehen so an ihren Arbeitsplatz beziehungsweise verrichten so ihre Tätigkeiten. Wir bauen einen Sarg und kleben darauf Fotos von unseren Kolleg\*innen. Dieser wird von Abteilung zu Abteilung getragen oder geschoben und die Abteilung, die ihn hat, hört auf zu arbeiten und nimmt für eine Stunde Andacht und Abschied vom sicheren Arbeitsplatz.

## Riesenbanner an öffentlichen Plätzen

Ähnlich wie bei Greenpeace wird die Botschaft auf große Banner gedruckt und an öffentlichen Stellen, wie dem Hauptbahnhof, ausgerollt.

*Stuttgart 2014:  
Mit einem Trauerzug  
protestieren Eisen-  
bahner\*innen gegen  
einen Wettbewerb  
auf dem Rücken der  
Beschäftigten.*



## **Besuch von Abgeordneten-Bürger-sprechstunden**

Die meisten Abgeordneten sind regelmäßig in ihren Wahlkreisen und dort zu festen Zeiten ansprechbar. Echte Überzeugungsarbeit in die Öffentlichkeit tragen und manchmal auch einfach nur anstrengend sein. Prüfen, ob Voranmeldung notwendig ist. Manchmal ist eine gründlichere Vorbereitung notwendig. Eventuell etwas Schriftliches zum Abgeben. Möglichst nur Kolleg\*innen mitnehmen, die aus ihrem/seinem Wahlkreis sind.

## **Saure-Gurken-Aktion**

An die Kolleg\*innen oder/und die Geschäftsleitung werden große Gurken in einer Pommeschale überreicht. Ein Pommes-Pieker dazu, damit sie auch tatsächlich gegessen werden können. Ein Bild für die schwierige Saure-Gurken-Zeit.

Öffentlich machen, eventuell an Passanten Flyer dazu verteilen. Große Gurkeneimer gibt es im Großhandel, mit einer Grillzange können diese dann direkt daraus verteilt werden. Verderben nicht und vertragen auch schwierige Lagerbedingungen.

## **Straßentheater**

- funktioniert auch auf Betriebsversammlungen oder bei Ähnlichem. Ein Thema wird in einer kurzen Szene, eventuell überspitzt, dargestellt
- Öffentlichkeit/Kolleg\*innen informieren mit einem Augenzwinkern
- bedarf ein paar kreativer Kolleg\*innen und solcher, die bereit sind, auf „die Bühne“ zu gehen. Bringt viele Menschen zum Stehenbleiben. Dann können auch gut Flyer verteilt werden, beispielsweise: Sklavenzug bei besonders schlechten Arbeits-/Lohnbedingungen. Nachstellen einer bekannten Szene aus dem Betrieb.

## **Kolleg\*innen markieren**

- In der Betriebsversammlung oder bei Ähnlichem ziehen die Kolleg\*innen, die stellvertretend für eine Forderung stehen, eine Warnweste/ein Basecap oder Ähnliches an.
- Arbeitsplatzabbau et cetera kann ein Anlass sein.
- Die Anderen erkennen, dass das nicht anonym, sondern direkt neben mir ist. Die Quote wird sichtbar: entweder mit Kolleg\*innen vorher absprechen oder zufällig auswählen (Warnweste klebt unter dem Stuhl).

## Abstimmung an Pinnwand

- Das zur Abstimmung Stehende wird auf zwei Pinnwände oder mehr geschrieben. Jede Mitarbeiterin/jeder Mitarbeiter erhält einen Klebepunkt. Diesen klebt sie/er dort, wo er ihrer/seiner Meinung nach hingehört, auf.
- Sichtbares Ergebnis der Umfrage/Beteiligung der Betroffenen auf einem niedrigen Niveau. Je nachdem können die Pinnwände auch so aufgestellt werden, dass diese beim Kleben nicht einsehbar sind.

## Flyer an das Fahrrad oder an Pkw

- den jeweiligen Nutzer beispielsweise bei Call a Bike oder Flinkster über die Arbeitsbedingungen und Ähnliches informieren
- Hierzu verteilen unsere Kolleg\*innen entsprechende Informationen an den Fahrrädern bzw. als Nutzer auch in den Fahrzeugen

## Leinwand/Plakat im Foyer

Unterschriften/Hand- oder Fingerabdrücke als Bestätigung für: „Wir wollen (den Demo-TV).“

## IT-Abteilung

- Störungsbeseitigung „rauszögern“, Telefonleitungen blockieren und so weiter
- Partnerfirmen aus dem Konzern einbinden
- Wir haben den TV, warum ihr nicht? Warum bekommen unsere Kolleg\*innen bei gleicher Arbeit weniger Geld?

## Tag des Schweigens

Man verrichtet schweigend seine Arbeit, auch bei Teamsitzungen und Seminaren. Anfragen werden nur schriftlich auf Zettel beantwortet. Am Servicepoint alle Fragen nur schriftlich beantworten. Oder im Zug nur mit Antwortkarten arbeiten zum Befragen der Kunden.

## Belagerung des Verwaltungsgebäudes

Mit der Belegschaft das Verwaltungsgebäude belagern und verbindliche Antworten vom Chef verlangen. Der Betriebsrat tritt dann als Schlichter auf.

## Kollektives Gespräch beim Chef

Die gesamte Belegschaft geht geschlossen zum Chef ins Büro und fordert verbindliche Zusagen.

## Button auf der Arbeit

zum Beispiel als Forderung für Tarifverhandlungen (39 Std./Woche)

### **Dienst nach Vorschrift**

Alle kümmern sich nur um ihr eigenes Aufgabengebiet und schauen nicht über den Tellerrand. Jeder weiß es, wenn man Dienst nach Vorschrift macht – sich an Kommunikationswege hält oder den Arbeitsplan Schritt für Schritt einhält –, funktioniert der Betrieb nicht mehr. Und genau hier greift diese Form der Aktion. Um Druck auf den Arbeitgeber aufzubauen, hält man so penibel wie möglich jede einzelne (teilweise sogar widersprüchliche) Vorschrift ein.

Man versichert sich mehrfach, ob die Tätigkeit ganz genau so richtig ist. Fragt nach, hält alle Arbeitspläne und -verfahren ein.

Lokführer fahren keine Verspätungen heraus und die Arbeitsschutzpausen werden trotz Verspätungen eingehalten. Dienst nach Vorschrift, weil keine klaren Regelungen über die Aufgabengebiete vorhanden sind.

### **Arbeitszeugnis**

Alle Beschäftigten verlangen gleichzeitig vom Chef/Vorgesetzten ein Arbeitszeugnis an.

### **Um auf Probleme in der Abteilung aufmerksam zu machen:**

- Geruchsbelästigung nach Stromrichterschaden auf dem Triebfahrzeug, alle Tfs lehnen dieses Triebfahrzeug ab, bis die Störung behoben ist.
- Solidarität aller Tfs bei Störungen an Triebfahrzeugen.
- Unterschriftenaktion
- Kolleg\*innen benötigen einen Pausenraum und bringen dies als Unterschriftenaktion mit einem Anschreiben an den Arbeitgeber zum Ausdruck.

### **Aktive Mittagspause**

In der Frühstücks-/Mittagspause werden die Kolleg\*innen an einem zentralen Ort auf beziehungsweise vor dem Betriebsgelände/Dienstgebäude zusammengeholt. Für Essen und Trinken (Bockwurst, belegte Brötchen, Kaffee, Wasser ...) muss gesorgt werden. Beim Essen wird über das jeweilige Anliegen informiert. Das kann während einer Tarifrunde oder auch als BR während den Verhandlungen zu einer Betriebsversammlung sein.

### **PM an lokale Zeitungen/Wochenblätter**

Regionale Wochenblätter haben eine hohe Auflage und werden von den Leser\*innen in der Region sehr intensiv gelesen. Gleichzeitig haben diese selten eine eigene Redaktion, die viele Recherchen machen kann. Genau hier ist der Punkt, wo wir regional personalisierte Meldungen erfolgreich platzieren können. Man liefert den Redaktionen dazu eine fertige Meldung mit Bild und Zitat, beispielsweise vom BR/BG/DG-Vorsitzenden:

- allgemein auf Zustand aufmerksam machen
- themenbezogene Artikel: „DB – Droht ein neuer Arbeitskampf?“

### **SMS-Info**

In 160 Zeichen wird eine Botschaft per SMS an alle Kolleg\*innen verschickt. Dies kann beispielsweise genutzt werden bei Tarifforderungen, Tarifabschlüssen, Einladungen zur Betriebsversammlungen, Mitgliederversammlungen et cetera. Lässt sich natürlich auch im Messenger (WhatsApp, Telegram, Signal etc.) machen.

### **Obst als Soli-Zeichen**

Alle, die hinter einer Forderung oder Botschaft stehen, werden aufgerufen, an einem bestimmten Tag ein bestimmtes Obst mitzubringen (Apfel, Banane ...). So sehen die Kolleg\*innen auf eine sehr deutlichen Art und Weise, dass auch andere dahinterstehen.

Gleichzeitig kann gegenüber Führungskräften und dem Arbeitgeber gesagt werden, dass das alles Zufall sei und man ja immer Obst dabei habe. Es handelt sich dabei um eine verdeckte Soli-Aktion. So wird der Betriebsablauf verlangsamt bis dahin, dass der Betrieb komplett zum Erliegen kommt, ohne dass man streikt.

### **Zeugnis ausstellen**

Die Kolleg\*innen stellen dem Arbeitgeber zu einem bestimmten Thema ein Zeugnis aus. Dazu erstellt man eine Vorlage, die nach Möglichkeit einem echten Schulzeugnis sehr nah kommt. Statt der Fächer fragt man betriebliche Themen ab. Im persönlichen Gespräch füllen sie das Zeugnis aus. Diese können dem Arbeitgeber im Gespräch oder besser sogar öffentlich auf einer Betriebsversammlung übergeben werden.

### **Aufkleber für Büro, Postfächer etc.**

Für ein betriebliches Thema werden Aufkleber beziehungsweise Post-its erstellt (flyerdevil.de ist für die Produktion sehr günstig). Diese können dann an Bürotür, Postfach oder am Arbeitsplatz geklebt werden.

### **Fotoaktion im Betrieb**

Mit den Aktiven wird eine Fotoaktion gemacht. Am besten wird die Person mit einem Schild (hier reicht auch ein normales A3-Blatt), auf dem die Forderung oder Position steht, fotografiert. Die Bilder werden dann im Betrieb auf Flyern, Plakaten etc. veröffentlicht.

### **Biometrische Unterschrift**

Statt mit dem Namen auf einer Liste zu unterschreiben, nutzt man einen Hand- beziehungsweise Fingerabdruck. Hierdurch bekommt man auch die Kolleg\*innen dazu, sich der Forderung anzuschließen, die aus verschiedenen Gründen, sonst nicht dahinterstehen können/würden.

### **Situation am Arbeitsplatz in Betriebsversammlung darstellen**

#### **25-kg-Sandsäcke schleppen lassen**

Um zu zeigen, wie anstrengend das Besanden von Loks ist, fordert man den Arbeitgeber auf der Betriebsversammlung auf, die Sandsäcke durch den Raum zu tragen. Hierzu am besten auch gleich einen Blaumann oder Ähnliches zur Hand haben.

#### **Holzgestell aufstellen**

Um auf die teilweise beengten Verhältnisse in den Führerständen, Arbeitsgruben et cetera aufmerksam zu machen, baut man aus Holz das „Platzangebot“ entsprechend nach. „Schauen Sie, wollen Sie auch so arbeiten?“

### **Piepton/Geräuschpegel**

Wenn es Probleme mit der Lärmbelastung am Arbeitsplatz gibt, auf die der Arbeitgeber nicht reagiert, kann man genau diesen Lärmpegel auf einer Betriebsversammlung nachstellen. Lautsprecheranlage sollte dazu vorhanden sein oder die Kolleg\*innen machen den Lärm, sodass kein Gespräch mehr möglich ist.

### **Alten Bürostuhl**

Die BG/DG präsentiert die Büroeinrichtung 4.0 auf einer öffentlichen Aktion und im Anschluss im Betrieb auf Flyern/Plakaten. Hierzu holt man sich den ältesten und ungenutztesten Arbeitsstuhl, den man finden kann, und fordert den Arbeitgeber auf, Abhilfe zu schaffen.

### **Skelett am Arbeitsplatz**

Um auf den demografischen Wandel aufmerksam zu machen, setzt man ein Skelett (ausleihbar in Schulen, Kostümverleihen, Unis) an die Arbeitsplätze der Kolleg\*innen: Führerstand, Kundenzentrum, Schreibtisch, Stellwerk ... Fotos machen und im Betrieb veröffentlichen als Aushang, auf Betriebsversammlungen etc.

### **Sprühkreide & Schablone**

Aus Pappe wird eine Schablone mit einer Forderung, Idee oder Ähnlichem hergestellt: „Kommt zur Betriebsversammlung“; „Wir fordern ...“; Aufruf zu einer Aktion. Mit Sprühkreide wird diese dann im gesamten Betrieb auf den Boden gesprüht.

## **Kontaktkarte, inkl. WhatsApp-Info-Gruppe**

Für viele Kolleg\*innen, insbesondere auf den Zügen, ist es praktisch, wenn sie die wichtigsten Ansprechpartner\*innen als Visitenkarte dabei haben. Dafür findet sich in jeder Brieftasche und Geldbörse Platz.

Neben den Namen und Kontaktdaten kann in der Klappkarte auch einen QR-Code eingefügt. Dieser dient als Direktverlinkung in eine EVG-WhatsApp-Infogruppe.

## **Neumitgliedertreffen**

### **Vorschlag für die Umsetzung**

Mehrmals findet ein „Neumitgliedertreffen“ statt – das kann auf Ebene der Betriebs-/Dienststellengruppe, Ortsverband, Geschäftsstelle oder Landesverband durchgeführt werden. Der Kreis der eingeladenen Kolleg\*innen setzt sich dabei wie folgt zusammen:

- alle in den vergangenen eineinhalb Jahren eingetretenen Kolleg\*innen,
- die bisher noch nicht an einem „Neumitgliedertreffen“ teilgenommen haben.

Damit wird sichergestellt, dass die Kolleg\*innen, mehrmals die Möglichkeit der Teilnahme haben. Es lohnt sich dabei auch einen Blick über den Tellerrand zu werfen, um mehr Neumitglieder anzusprechen. Beispielsweise kann man bekannte Pendlerregionen berücksichtigen.

Mit den Neumitgliedertreffen wollen wir unkomplizierte Anknüpfungspunkte schaffen.

**Ablauf:** Grundregel sollte sein: zwei Ohren und ein Mund – wir hören 2/3 der Zeit aufmerksam zu:

- Warum Eisenbahn? Warum EVG? Welche „heißen“ Themen gibt es?
- Team der Geschäftsstelle, Fonds soziale Sicherung und GUV/Fakulta vorstellen
- Ansprechpartner\*Innen in den Betrieben stellen sich vor
- Stärken der Neumitglieder nutzen
- Mitmachmöglichkeiten präsentieren (Aktionsteams, 20//45, Fachgruppen)
- Teilnehmer\*innen
- Neumitglieder
- wenn möglich betriebliche Ansprechpartner\*innen
- Aktive Mitglieder mit positiven Botschaften

## **Digitale Kaffeepause im Betrieb mit aktuellen Informationen**

Immer wieder kann es vorkommen, dass wir nicht überall persönlich vor Ort sein können. Um trotzdem den Kontakt zu den Kolleg\*innen möglich zu machen, können digitale Kaffeepausen durchgeführt werden. Gemeinsam wird ein geeigneter Termin gesucht und die Einladung bspw. über MS Teams versendet. So lassen sich direkt und unkompliziert aktuelle und wichtige Themen „persönlich“ transportieren.

### **Dienstraum verschönern**

In vielen Fällen sind die Aufenthalts- und Diensträume seit vielen Jahren nicht mehr renoviert wurden und somit in einem desolaten Zustand. Gemeinsam mit den Kolleg\*innen aus den jeweiligen Dienststellen ruft man zu einer Verschönerungsaktion auf. Die Wände werden in Eigenregie gestrichen, die Möbel und Fußböden bekommen eine Grundreinigung. Das sorgt für viel Aufmerksamkeit und man bekommt den Arbeitgeber dazu, seiner Verantwortung nachzukommen. Kein Arbeitgeber lässt sich gerne nachsagen: „Seht mal, die Gewerkschaft macht was und ihr nicht.“

### **Bananen mit Botschaft**

Mit einem spitzen Gegenstand kann man eine Botschaft in eine Bananenschale ritzen. Die Botschaft erscheint nach wenigen Sekunden braun auf gelbem Grund. Vorteil: kein Aufkleber oder Ähnliches, den man entweder aufkleben beziehungsweise den man sofort wieder entfernen kann.

**Nachteil:** je nach Botschaft oder Anzahl der Bananen zeitaufwendig.

# Hinweise zur Mitgliedergewinnung

## „Mitglieder gewinnen – Leicht und entspannt Werbegespräche führen“

In diesem Buch findest du sofort umsetzbare Ideen, Methoden und Techniken für ein einfaches Führen von Werbegesprächen. Der pragmatische Ansatz nimmt die Angst vor einem peinlichen Gesprächseinstieg und hilft, das Gespräch weiter aufrechtzuerhalten. Es ist locker geschrieben und mit Grafiken illustriert. 25 Praxisbeispiele, 99 Fragen und Antworten auf die 15 häufigsten Einwände helfen genau den Menschen, die Mitglieder werben wollen. Du erhältst es über [meo@evg-online.org](mailto:meo@evg-online.org), bei deinem\*r zuständigen Gewerkschaftssekretär\*in.

*Ein informatives Buch  
mit vielen Tipps*



## Ansprechpartner

Unsere Abteilung Mitglieder- und Organisationsentwicklung arbeitet eng mit ORKA zusammen. ORKA erarbeitet gewerkschaftliche Kampagnen und Aktionen. Ansprechpartner und Informationen findest du unter [www.orka-web.de](http://www.orka-web.de).



## EVA Bildung & Beratung GmbH

EVA Europäische Akademie  
für umweltorientierten Verkehr gGmbH

Reinhardtstr. 23

10117 Berlin

Telefon: 030 30875-0

E-Mail: [info@eva-akademie.de](mailto:info@eva-akademie.de)

[www.eva-akademie.de](http://www.eva-akademie.de)



**Ihr könnt auch Seminare bei der  
EVA buchen, einzeln oder als Gruppe  
zum Thema Mitgliedergewinnung.**

## **Copyrights**

**Fotos:** EVG-intern

**Titelbild:** Phil Dera, S. 4: Tobias Golla

**Fotolia/stock.adobe.com** S. 23: tai111, S. 24: Malte Reiter



## Eisenbahn- und Verkehrsgewerkschaft (EVG)

Vorstandsbereich Bundesgeschäftsführerin • Mitglieder- und Organisationsentwicklung

Reinhardtstraße 23 • 10117 Berlin

E-Mail: [info@evg-online.org](mailto:info@evg-online.org)



[www.evg-online.org](http://www.evg-online.org)