

ERFOLGE SICHTBAR MACHEN BEI DRÄGER GESICHT ZEIGEN

„Nach Rate oder Miete bleibt noch Geld über für etwas Schönes im Leben.“
Rainer Tharandt, Dräger Lübeck

„Auf den fahrenden Zug aufspringen! Ich will nicht abgehängt werden.“
Brit Mutschler, Dräger Lübeck

»Ich möchte meine Kinder auch live erleben.«
Susanne ist Vertrauensfrau und kümmert sich um familiengerechte Arbeitszeiten.

Mit Plakaten und Botschaften wie diesen werden die Ergebnisse der Beschäftigtenbefragung veröffentlicht.

Vertrauensleute stellen sich vor

An der Beschäftigtenbefragung der IG Metall nahmen bei Dräger 1531 von 5000 Kolleginnen und Kollegen teil. Auch viele, die noch nicht in der IG Metall sind, beteiligten sich. Das Thema beschäftigt, daher veranstalten die aktiven Metallerrinnen und Metaller nach den Sommerferien im Herbst eine Konferenz für alle Beschäftigten, um gemeinsam zu beraten, was sich aus den Ergebnissen für die Arbeit bei Dräger konkret ergibt. „Die einzelnen Themen und Ergebnisse stellen wir im Vorfeld auf mehreren Plakaten mit kurzen Botschaften vor. Interessant und ansprechend, und nicht nur die nüchternen Zahlen. Wir übersetzen: Die Forderung nach selbstbestimmten Arbeitszeiten heißt doch auch ‚Zeit für meine Freunde und Familie, Zeit für mich und meine Hobbys‘“, erzählt Brit Mutschler, aktive IG Metallerin bei Dräger.

Dabei greift die VKL auf erlernte Inhalte aus der Qualifizierung „Der IG Metall ein Gesicht geben“ zurück, an der sie gerade teilnehmen: „Kurze, positive Kommunikation mit einfachen Bildern – damit machen wir unsere Arbeit für die Kolleginnen und Kollegen sichtbar und binden sie in die Kommunikation mit ein“, meint Rainer Tharandt, Vertrauensmann. Ihre eigenen Gesichter zeigen die im letzten Jahr neu gewählten Vertrauens-

leute auch auf mehreren Plakaten mit persönlichen Botschaften. „Die Plakate mit den bekannten Gesichtern kommen gut an, die Menschen erkennen uns jetzt“, sagt Rainer. Auch andere Ideen, die im Seminar entstanden sind, setzte die VKL direkt praktisch um. „Auf der letzten Betriebsversammlung haben wir einen interaktiven Infostand ausprobiert und die Beschäftigten über ihre Zufriedenheit abstimmen lassen. Wir haben sie nach ihrer Einschätzung gefragt, und sie haben mitgemacht. Das war ein voller Erfolg“, freut sich Susanne Schaulfer, Vertrauensfrau bei Dräger.

„Für uns heißt ‚Der IG Metall ein Gesicht geben‘ übersetzt: unsere Arbeit im Betrieb frisch und erfolgreich darstellen. Wir wollen mehr über unsere Ziele sprechen. Unsere Kolleginnen und Kollegen sollen sehen, dass es gut ist, in der IG Metall zu sein. Daher zeigen wir die Menschen, die sich bei Dräger stark machen: Das kommt gut an“, fasst Thomas Rickers aus der Geschäftsstelle Lübeck-Wismar zusammen.

! „Der IG Metall ein Gesicht geben“ ist eine Qualifizierungsreihe, die auf eine werte- und nutzenorientierte Kommunikation setzt.

KONKRET

- Die wichtigsten Ergebnisse aus der Beschäftigtenbefragung werden wir im Betrieb auf Plakaten übersetzen. Selbstbestimmte Arbeitszeit heißt für viele: mehr Zeit für die Familie.
- Im Herbst gibt es dann unsere Beschäftigtenkonferenz. Wir bereiten sie gerade intensiv vor und überlegen, wie wir unsere Kolleginnen und Kollegen beim Thema mitnehmen. Uns ist wichtig, sie in den Prozess einzubinden und gemeinsam unsere nächsten Schritte abzustecken.

AKTIONEN, DIE ANKOMMEN BOTSCHAFTSKARTEN

Über unsere Ergebnisse zur Beschäftigtenbefragung 2017 wird auch in den Betrieben viel diskutiert. Arbeitszeit ist das zentrale Thema. Die Botschaftskarten mit Flächen zum Freirubbeln, unter denen sich ausgewählte Ergebnisse der Befragung und ein Glückscode für eine Verlosung finden, helfen dabei, mit Kolleginnen und Kollegen ins Gespräch zu kommen und sie zu beteiligen. Die Karten wurden bereits in vielen Betrieben eingesetzt und kamen bei den Leuten gut an. Deshalb haben wir den Aktionszeitraum verlängert. Bis zum 31. Oktober 2017 können freirubbelte Codes noch online eingegeben werden. Ihr erhaltet die Botschaftskarten weiterhin über teilnehmende Geschäftsstellen der IG Metall.

EURE ERGEBNISSE IN EUREM BOTSCHAFTSFLYER?

Die Kolleginnen und Kollegen aus Baden-Württemberg haben die betrieblichen Ergebnisse in einem Flyer präsentiert und gleichzeitig zur nächsten Betriebsversammlung eingeladen. Im Web to Print-Portal steht der Flyer für alle zur Verfügung. Einfach Eure Ergebnisse und Eure Aktion eintragen, ausdrucken, verteilen.



extranet.igmetall.de/wzp > Aktionen > Die Befragung 2017



„Wir haben die Botschaftskarten über die Bereichsbetriebsräte verteilt – immer dort, wo wir in direkten Kontakt mit den Leuten treten konnten. Die Reaktionen waren durchweg positiv: Zum einen hat das Freirubbeln viel Spaß gemacht, zum anderen fanden sie es wirklich gut, dass einige Befragungsergebnisse so nochmal kommuniziert wurden. Die Aktion hat sich gelohnt.“



Florian Pröbster, Bereichsbetriebsrat MAN Truck and Bus AG Nürnberg

DABEI SEIN

Menschen für die IG Metall begeistern: Unsere ansprechenden Motive in praktischer Mappe unterstützen Euch dabei. Für jeden ist etwas dabei.



Kostenlos unter:
praxistipps-igmetall.de/dabeisein

DAS AKTIONSHEFT

Die IG Metall in Aktion: In dieser Ideensammlung findet Ihr viele, leicht umsetzbare Möglichkeiten, um im Betrieb Aufmerksamkeit zu erzeugen und zum Mitmachen zu motivieren. Kostenlos bestellen unter:
praxistipps-igmetall.de/material

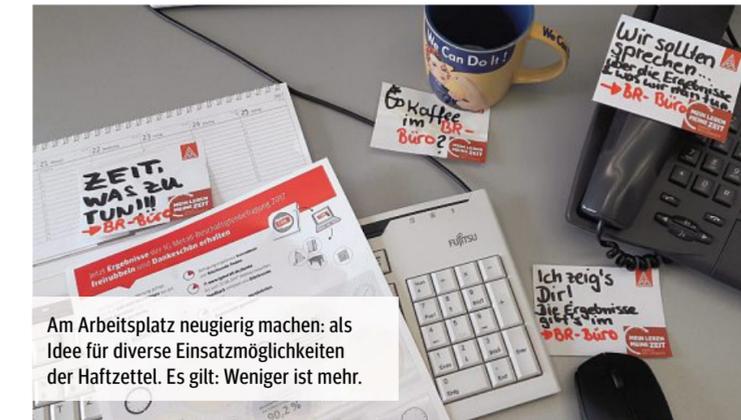


PRAXISNEWSLETTER

Mitglieder & Erschließung. Ergebniskommunikation | 2017



DIE BEFRAGUNG 2017 GESPRÄCHSÖFFNER: ERGEBNISSE



Am Arbeitsplatz neugierig machen: als Idee für diverse Einsatzmöglichkeiten der Haftzettel. Es gilt: Weniger ist mehr.

Anlässe gibt es viele im Jahr, um die Kolleginnen und Kollegen auf die IG Metall aufmerksam zu machen. Mal größere, die sofort mit uns in Verbindung gebracht werden wie Tarifrunden oder die Ergebnisse der Beschäftigtenbefragung; aber auch Anlässe wie der Beginn der Sommerferien und der Urlaubszeit, bei denen Beschäftigten nicht als erstes die IG Metall einfällt.

Was uns als selbstverständlich erscheint, ist den Kolleginnen und Kollegen im Betrieb nicht immer auf Anhieb präsent. Deshalb hilft es, einen Urlaubsgruß zur Ferienzeit zu senden, um den tariflichen Urlaub oder das tarifliche Urlaubsgeld als Kommunikationsanlass zu nutzen.

Ob ein Plakat als Aushang am schwarzen Brett, eine Aktion vor dem Werktor oder ein Haftzettel am PC: Über das „Wie“ entscheidet Ihr selbst, denn Ihr kennt die Kolleginnen und Kollegen am besten. Neues ausprobieren und eigene Ideen umsetzen.

Wir geben Euch Erfahrungen aus der Praxis weiter, denn das Rad muss nicht immer neu erfunden werden. Ihr findet alles, was Ihr braucht – mit benötigtem Zeitaufwand und dazugehöriger Aktionsbeschreibung unter

praxistipps-igmetall.de/aktionen

Zum Nachlesen auf die Hand gibt es das Aktionsheft unter

praxistipps-igmetall.de/material

Ist Eure Idee oder Aktion nicht dabei? Dann seid Ihr jetzt dran:

Erfolge werden sichtbar, wenn man sie mit anderen teilt. Schickt uns eine E-Mail mit Euren betrieblichen Beispielen und Aktionen an mitglieder@igmetall.de und gewinnt einen Moderationskoffer. Die Teilnahmebedingungen findet Ihr unter praxistipps-igmetall.de/aktionen/teilnahmebedingungen

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

wir sind entschieden dafür: Politik für alle! Diesen Auftrag geben uns unsere Kolleginnen und Kollegen in rund 7000 Betrieben. Dabei sind die Themen Sicherheit und gute Perspektiven in der digitalen Arbeitswelt, eine neue Arbeitsmarktpolitik, bessere Vereinbarkeit von Arbeit und Privatleben sowie sichere Renten unsere wesentlichen Forderungen an die Politik. Die Ergebnisse der Beschäftigtenbefragung machen das deutlich: 68 Prozent der Beschäftigten wünschen sich die 35-Stunden-Woche oder kürzere Arbeitszeiten.

Auf dem Arbeitszeitkongress haben wir über konkrete Vorstellungen wie etwa mehr Gerechtigkeit durch verkürzte Vollzeit mit Rückkehrrecht diskutiert. Mitmischen, nachfragen und gestalten. Gemeinsam für unsere Ziele mehr werden. Es geht um mehr Zeit – zum Beispiel für die Familie. Auch Urlaubszeit ist Familienzeit.

Ich wünsche Euch einen schönen Urlaub.

Irene Schulz
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied der IG Metall

Starker Auftritt: Kommunikationstraining in Aschaffenburg



© Thomas Range

LERNEN, DIE RICHTIGEN TÖNE ZU TREFFEN

Kommunikationstraining Spezial zur Beschäftigtenbefragung 2017 der GS Aschaffenburg

Aus aktuellem Anlass finden derzeit viele Kommunikationstrainings speziell zu den Ergebnissen der Beschäftigtenbefragung statt. Was ist der Mehrwert dieser Trainings?

Jeder Betrieb ist anders, so auch die betrieblichen Beschäftigtenbefragungsergebnisse, die Diskussionen und thematischen Schlussfolgerungen. Es gibt also keine Passform, die für alle

funktioniert, sondern individuelle, betriebliche Herausforderungen für die Ansprache. Genau da setzen wir in den zweitägigen Seminaren an. Mit Blick auf die betrieblichen Auswertungen und einer Betriebslandkarte erarbeiten die Teilnehmenden konkrete Kommunikationsstrategien mit passgenauen Botschaften.

Acht Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus drei Betrieben aus der Geschäftsstelle nahmen an einem Spezial teil. Von den über 5100 Antworten, die im Rahmen der Befragung in 41 Betrieben der Geschäftsstelle Aschaffenburg gesammelt wurden, kam die Hälfte von Nichtmitgliedern. „Die Nichtorganisierten haben eine Erwartungshaltung uns gegenüber geäußert; jetzt gilt es auch, die Kolleginnen und Kollegen direkt anzusprechen und mitzunehmen“, findet Percy Scheidler, 1. Bevollmächtigter. In zweieinhalb Tagen setzten sich die Teilnehmenden intensiv mit den politischen und betrieblichen Ergebnissen der Befragung auseinander und erlernten, wie sie diese in den Betrieben mitgliedewirksam kommunizieren können.

Kein Schema F

„Es gibt keine Standardbotschaften, die für alle Betriebe universell passen. Gerade beim Thema Arbeitszeit ist es wichtig, genau hinzuschauen, was die Beschäftigten in den Betrieben denn interessiert. Was sind die Hauptthemen, und mit wem spricht man dazu? Wir geben den Kolleginnen und Kollegen Handwerkszeug an die Hand.“
Patrick Hesse, IG Metall-Vorstand, Referent



Patrick Hesse

Für die Praxis

„Wir haben zwei Ziele erreicht: Die Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie mit Kernbotschaften zur Arbeitszeit für die kommende Bundestagswahl und die Tarifrunde sowie das Ausprobieren von Kommunikation im Betrieb“, fasst Percy zusammen. „Das Kommunikationstraining hat uns sehr geholfen. Im Fokus lag dabei auch, mit der Methode Betriebsmapping herauszufinden, wer schon bei uns ist und wen wir noch gezielt ansprechen wollen. Mit Teilnehmenden aus mehreren Betrieben konnten wir unsere überbetrieblichen Netzwerke durch Austausch stärken und Vereinbarungen für die praktische Arbeit im Betrieb mit ihnen treffen.“
Percy Scheidler, 1. Bevollmächtigter der GS Aschaffenburg



Percy Scheidler

Interesse geweckt?

Kurz zusammengefasst: Was ist drin? In ein- oder zweitägigen Seminaren mit professionellen Trainerinnen und Trainern lernt Ihr:

- ✓ Kernbotschaften aus der Beschäftigtenbefragung
- ✓ Betriebslandkarte
- ✓ Gesprächsführung
- ✓ Rollenspiele
- ✓ Umgang mit Einwänden
- ✓ systematische Gesprächsvorbereitung
- ✓ mehr Sicherheit in Gesprächen

Stellt ein Team von Aktiven zusammen, und sprecht mit Eurer Geschäftsstelle einen Termin ab. Die Buchung erfolgt dann über die Geschäftsstelle.



Wolfgang Becker

Praxistest: Erlerntes umsetzen – Interview mit Wolfgang Becker

Wie war das Seminar für dich?

Ich habe viele Anregungen und viel Inspiration mitgenommen. Der inhaltliche Schwerpunkt lag auf unseren Ergebnissen der Befragung, die uns im Seminar vorgestellt wurden. Wir diskutierten, was dies nun konkret für uns bedeutet. Wir sehen an den Ergebnissen, wo es Handlungs- und Diskussionsbedarf aus Sicht der Belegschaft gibt und wo wir gemeinsam die richtigen Lösungen finden wollen. Die Ergebnisse sind ein guter Einstieg ins Gespräch, weil sie das aufgreifen, was die Kolleginnen und Kollegen auch wirklich interessiert.

Was habt ihr konkret geübt?

Verschiedene Kommunikationsthemen wurden besprochen, etwa Vorteile der direkten Ansprache oder die nötige Sensibilität in persönlichen Gesprächen: aktiv zuhören und die richtigen Worte finden. In Rollenspielen haben wir Situationen wie die Ansprache am Tor geübt. Die Leute kommen ja entweder kurz auf knapp zur Arbeit oder wollen in den Feierabend, da sollte ein Gespräch kurz und knackig sein.

Ergeben sich aus dem Kommunikationstraining konkrete Handlungsansätze für euch?

Ich werde meine VL-Kolleginnen und -Kollegen dafür sensibilisieren, auch öfter das direkte Gespräch zu suchen. Dabei helfen uns die konkreten Botschaften und Ideen, die wir im Seminar herausgearbeitet haben – besonders, um die Menschen für die Tarifrunde mitzunehmen.

Wolfgang Becker, Vertrauensmann bei Linde Material Handling GmbH und Delegierter in der Delegiertenversammlung der GS Aschaffenburg

FAHRT AUFGENOMMEN

SEW-EURODRIVE TREIBT ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG VORAN



v.l.n.r.: Tobias Jetter (VL / BR), Markus Thome (VL / BR), Mario Engelhardt (VL / BR), Jan Weishäupl (VL / BR), Steven Vater (VL), Karadede Isik (VL), Patrick Link (VL), Ute Leupold (VL / BR), Timmy Cox (VL), Rainer Wacker (1. Bevollmächtigter GS Bruchsal)

© IG Metall Bruchsal

Die Aktiven bei SEW-Eurodrive in Bruchsal haben einiges vor. Nachdem die Befragung bereits ein voller Erfolg war, tragen sie die Ergebnisse jetzt in die Belegschaft. „Die Befragung hatten wir aktivierend und intensiv beworben: in Flyern und Aushängen, in vielen persönlichen Gesprächen und auf der Betriebsversammlung. Das hat sehr gut funktioniert“, sagt Patrick Link, Vertrauensmann bei SEW-Eurodrive. Etwa 1500 SEWlerinnen und SEWler machten mit, darunter mehr als 500 Kolleginnen und Kollegen, die bisher noch nicht organisiert sind. „Daran sehen wir, dass wir mit unserer Arbeit und unseren Themen den Nerv treffen und auf breites Interesse stoßen“, freut sich Tobias Jetter, Vertrauensmann.

Damit nicht genug: Die betrieblichen Ergebnisse werden ab Juli beteiligungsorientiert und kreativ kommuniziert. Dabei greifen sie das auf, was die Kolleginnen und Kollegen wollen: Manche mögen den direkten Austausch im Gespräch, andere lesen sich die Infos lieber durch und nehmen ein Infoblatt mit – die Botschaften und der Kommunikationsweg werden auf die Bedürfnisse zugeschnitten. „Uns ist wichtig, dass wir die Kolleginnen und Kollegen im Betrieb beteiligen und die Ergebnisse auch kritisch mit ihnen diskutieren, weil sich daraus das „Wie“

und „Was“ für die eigene Arbeit ergibt. Besonders für die anstehende Tarifrunde in 2018 bekommen wir wichtige Erkenntnisse“, meint Steven Vater, SEW-Vertrauensmann. Aus ihren guten Erfahrungen im letzten Jahr haben sie viel gelernt. „Als wir anfangs erste Aktionen am Werkort durchführten, wurden wir gefragt, ob denn Warnstreik sei. Mit unseren Aktionen und unserer Präsenz zeigen wir den Menschen, dass die IG Metall etwas Gutes für sie tut. Dabei kommunizieren wir regelmäßig und positiv, zeigen unsere Erfolge transparent auf. Wir haben es geschafft, wir sind Teil von SEW“, fasst Jan Weishäupl, Betriebsrat bei SEW-Eurodrive, zusammen.

Ansprechpartner

Sebastian Gasior, GEP-Sekretär
IG Metall Bruchsal
✉ sebastian.gasior@igmetall.de



Sebastian Gasior



Jan Weishäupl

Jan Weishäupl, BR und VL bei SEW-Eurodrive
✉ jan.weishaeupl@sew-eurodrive.de

KONKRET

- ▶ Wir wählen die fünf bis sechs wichtigsten Ergebnisse für unseren Betrieb aus.
- ▶ Wir nutzen unser Medium „IN! IG Metall News“ – zum Auslegen, aber auch als Öffner für's direkte Gespräch.
- ▶ Wir zeigen die Ergebnisse auf der nächsten Betriebsversammlung und machen eine aktivierende Pausenaktion.
- ▶ Infostände dort, wo sich die Menschen aufhalten. Dabei möchten wir kritisch nachhaken: Sind unsere Themen auch tatsächlich die richtigen? Wir fragen erneut ab und holen uns den Handlungsauftrag direkt von den Leuten.