

GEMEINSAM FÜR EIN
GUTES LEBEN



**1:1-Kommunikationstrainings
zur Mitgliedergewinnung**

„Die Kunst, richtig miteinander zu kommunizieren, ist wie laufen lernen. Man fällt so oft auf die Nase, bis man liebevoll an der Hand genommen wird.“

Wilma Eudenbach, *1959, deutsche Publizistin

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

wir haben die Tarifrunde in der Metall- und Elektroindustrie gemeinsam genutzt, um viele noch nicht organisierte Beschäftigte für die IG Metall zu gewinnen.

In dieser kleinen Broschüre kommen ehrenamtliche Kolleginnen und Kollegen zu Wort, die sich auf die Fahne geschrieben haben, den Anteil der nicht organisierten Beschäftigten deutlich zu verringern und im Betrieb offensiv Mitglieder zu gewinnen, um (noch) stärker zu werden. Sie stehen stellvertretend für unsere vielen aktiven Werberinnen und Werber in den Betrieben, die das Gespräch mit den Beschäftigten suchen und mit viel Einsatz, Überzeugung und Glaubwürdigkeit neue Mit-



Irene Schulz

Geschäftsführendes Vorstandsmitglied

IG Metall

glieder gewinnen. Diese Kolleginnen und Kollegen haben Anregungen gesucht, sie wollen sich fit machen und schätzen den Austausch. Sie haben sich – teilweise mit ihrem ganzen Gremium und ihrem zuständigen Gewerkschaftssekretär – gemeinsam zur systematischen Mitgliedergewinnung verabredet.

Es gibt viele verschiedene bewährte Ansätze, um unsere ehrenamtlichen Kolleginnen und Kollegen mit guten Angeboten zu unterstützen. Eines davon ist das anlassbezogene bundesweite Kommunikationstraining während der diesjährigen Tarifrunde der Metall- und Elektroindustrie. Der Zusammenhang von durchsetzungsstarker Gewerkschaft und einer erfolgreichen Tarif- und Betriebspolitik wird hier besonders deutlich – auch für Beschäftigte, die noch nicht Mitglied sind. In einem

kurzen Zeitraum haben mehr als 700 Kolleginnen und Kollegen aus 128 Betrieben teilgenommen. Sie melden zurück, dass dieses Training sie in der Ansprache der unorganisierten Kolleginnen und Kollegen im Betrieb wirksam unterstützt hat.

Ermöglicht hat diesen Erfolg die offensive Bewerbung und Begleitung durch die Verwaltungsstellen, die Entlastung vor Ort durch den Trainerpool, das einheitliche und gleichzeitig flexibel anwendbare Konzept und die organisatorische Abwicklung über die Bezirke und unseren Vorstandsbereich. Die folgenden zehn Interviews können und sollen dazu anregen, in den noch anstehenden Tarifrunden in diesem Jahr ein ähnliches Format zu nutzen. Sie können dazu beitragen, dass sich noch mehr Kolleginnen und Kollegen wie auch Silvia Heidenblut von Volvo inspirieren lassen, oder sie verhelfen zu einem Motivations Schub, wie ihn der Kollege Mallanu beschreibt.

Der Betriebsratsvorsitzende der Schonlau-Werke bringt es auf den Punkt: *„Mitgliederwerbung ist eine Daueraufgabe! Und damit sollten sich nicht nur ein paar Leute beschäftigen, sondern möglichst viele.“*

Ich wünsche euch vor Ort weiterhin viel Erfolg.

I. Schulz

Tatkräftige Unterstützung der Mitgliederentwicklung.

700 betriebliche Aktive wurden erfolgreich qualifiziert. Die IG Metall hat seit vier Jahren in Folge eine positive Mitgliederentwicklung. Mit 2,269 Millionen Mitgliedern kann sie 2014 ein Plus von etwa 3.500 Mitgliedern im Vergleich zum Jahr 2013 vorweisen.

Dabei zeichnete sich noch bis zur Mitte des Jahres 2014 ein deutliches Minus in der Mitgliederstatistik ab. Es musste schnell gehandelt werden, denn eine Fortsetzung des positiven Trends ist für die Durchsetzungsfähigkeit der IG Metall in allen Auseinandersetzungen essenziell.

Die IG Metall hat schnell und entschlossen reagiert: Es wurden zusätzliche Mittel für Sofortmaßnahmen zur Mitgliederentwicklung zur Verfügung gestellt. Herzstück dieser Maßnahmen waren Kommunikationstrainings für betriebliche Werberinnen und Werber. In den Trainings wurde das Vorbereiten und Durchführen betrieblicher Werbeaktionen und -gespräche geschult.

„Der Tenor der Teilnehmerinnen und Teilnehmer war ausnahmslos positiv.“

Neben guten Argumenten, die sich inhaltlich an der bevorstehenden Tarifrunde orientieren, wurden insbesondere rhetorische und methodische Kompetenzen der Gesprächsführung vermittelt. Oberstes Ziel war, die eigenen Gesprächstechniken so zu stärken, dass wir mehr neue Mitglieder in der IG Metall begrüßen können. Die Verwaltungsstellen haben selbst über das für sie passende Veranstaltungsformat bestimmt.

Die Trainings konnten als Ein- oder Zweitagesschulung und als betriebliche bzw. überbetriebliche Schulung angefordert werden. Viele Seminare fanden genau dort statt, wo Mitglieder für die IG Metall gewonnen werden: als Inhouse-Schulung im Betrieb. Durchgeführt

wurden die Seminare von einem eigens dafür qualifizierten Referentenpool, der auch weiterhin für Kommunikationstrainings dieser Art zur Verfügung steht. **Innerhalb von fünf Monaten (Oktober 2014 bis Februar 2015) konnten mit den Sofortmaßnahmen 700 betriebliche Aktive qualifiziert werden.** Der Tenor der Teilnehmerinnen und Teilnehmer war ausnahmslos positiv.

In den beteiligten Betrieben konnten nach den Kommunikationstrainings deutlich mehr Neuaufnahmen getätigt werden als in entsprechenden Vergleichszeiträumen. Dies spricht für eine Verstärkung des Angebotes.



Shefki Sadiku

32 Jahre

Betriebsratsmitglied

Automobil-Zulieferer Marquardt
Rietheim-Weilheim

Mehr Sicherheit im Gespräch.

Shefki Sadiku, Mitglied des Betriebsrats von Marquardt Logistik, hat ein großes Ziel: Er will, dass auch sein Arbeitgeber einen Tarifvertrag akzeptiert.

Der Automobilzulieferer Marquardt in Rietheim-Weilheim ist ein Familienbetrieb. Vor ein paar Jahren wurde die Firma aufgespalten in Marquardt, Marquardt Mechatronik, Marquardt Service und Marquardt Logistik. Die ersten drei Firmen sind tarifgebunden, die Logistik GmbH nicht. Der Grund ist einfach: Harald Marquardt, Sprecher der Geschäftsführung und stellvertretender Vorsitzender von Südwestmetall, möchte den Beschäftigten keine Metalltarife zahlen.

Die Älteren unter ihnen, die schon länger dabei sind, können noch auf den Metalltarifvertrag pochen; er gilt für sie in der Nachwirkung. Das seien rund 30 der 130 Festangestellten, schätzt Sadiku. Alle anderen

*„Am Anfang hab ich mich ins Zeug gelegt
– dann kamen die Leute wie von selbst.“*

haben weniger Urlaub, weniger Urlaubsgeld und weniger Weihnachtsgeld. *„Für alle Kolleginnen und Kollegen gilt der Tarifvertrag, nur für uns nicht“*, sagt Sadiku.

Um das zu ändern, braucht er Mitstreiterinnen und Mitstreiter. Um sie zu gewinnen, hat er ein Kommunikationstraining mitgemacht. *„Das war echt super, das hat mir Sicherheit im Gespräch gegeben.“* Er habe gelernt, zuzuhören und die Kolleginnen und Kollegen nicht zuzutexten. *„Am Anfang hab ich mich ins Zeug gelegt, dann kamen die Leute wie von selbst.“* In den vergangenen drei Monaten hat er fast 40 Beschäftigte für die IG Metall gewonnen! Der Geschäftsführung missfällt

das, er musste schon mal *„bei ihr antanzen“*. Aber das verunsichert ihn nicht. *„Ich halte niemanden von der Arbeit ab, ich rede mit den Kollegen in den Pausen oder außerhalb der Arbeitszeit.“* Sollte er sein Ziel – einen Tarifvertrag – erreichen, wäre Shefki Sadiku *„wunschlos glücklich“*.

Und dem IG Metall-Bevollmächtigten von Albstadt, Walter Wadehn, hat er für diesen Fall versprochen: *„Walter, dann schwöre ich Dir ewige Treue!“*



Petra Voit

50 Jahre

Betriebsrätin

Schaeffler Technologies,
Schweinfurt, Bayern

„Wir haben es doch selbst in der Hand, ob wir in Betrieb und Gesellschaft durchsetzungsfähig und erfolgreich sind. Letztlich hängt alles von unserer Mitgliederstärke ab.“

Und dafür können wir eine Menge tun.“

Das nehme ich mir jetzt zu Herzen.

42 auf einen Streich: Bei Schaeffler Technologies in Schweinfurt/ Bayern haben alle 42 IG Metall-Betriebsräte und Mitglieder der Vertrauenskörperleitung das Kommunikationstraining zur Mitgliedergewinnung auf einmal besucht. Mit geringstmöglichem Aufwand – es war eine Inhouse-Schulung. Eine der Teilnehmenden war Petra Voit. Sie hat vom Training profitiert.

„Ich gehe gestärkt in die Gespräche, sowohl mit meinen direkten Kolleginnen und Kollegen als auch mit denen, die mir nicht persönlich bekannt sind. Wir sind ein Riesenbetrieb mit über 6.000 Beschäftigten, da kannst Du nicht jeden kennen.“ Die theoretischen Infos zur Gesprächsführung und die praktischen Übungen zum Werbegespräch im Training haben ihr Sicherheit gegeben, sagt Petra Voit.

„Ich weiß, welche Einwände es gegen eine Mitgliedschaft gibt – und kann damit jetzt besser umgehen.“ Zurzeit muss die Betriebsrätin Petra Voit sehr viel mit Kolleginnen und Kollegen reden: *„Wir haben eine schwierige wirtschaftliche Lage hier, es stehen Kündigungen an, tägliche Gespräche sind ein absolutes Muss!“* Für Schaeffler gelte eine gute tarifvertragliche Standort- und Beschäftigungssicherung.

Um sie zu erhalten oder sogar auszubauen und damit Kündigungen zu vermeiden, *„müssen wir als Belegschaft noch stärker werden“*, sagt Petra Voit, *„Mitgliederwerbung ist sozusagen Pflicht – in unserem eigenen Interesse.“* Im Kommunikationsstraining hat sie wichtige Tipps bekommen, die sie sich jetzt zu Herzen nimmt. *„Man soll mehr zuhören als reden, jedenfalls anfangs zwei Drittel der Zeit den Kollegen oder die Kollegin reden lassen.“* Mitgliederwerbung war und ist für Petra Voit eine Überzeugungssache.

„Wir haben es doch selbst in der Hand, ob wir in Betrieb und Gesellschaft durchsetzungsfähig und erfolgreich sind. Letztlich hängt alles von unserer Mitgliederstärke ab. Und dafür können wir eine Menge tun.“



Vanessa Neuwald

26 Jahre

Betriebsrätin

Viele glauben, der Beitrag liege bei 50 bis 60 Euro.

Für Vanessa Neuwald war das Kommunikationstraining sehr aufschlussreich.

Von den Gründen, die für eine Mitgliedschaft sprechen, gefiel Vanessa Neuwald einer besonders gut:

„Wir haben ein Video über eine Firmeninsolvenz gesehen: Die Nichtmitglieder gingen danach zum Arbeitsamt, die Metallerrinnen und Metalller wurden von der IG Metall vor Ort unterstützt und beraten und fanden in anderen Firmen wieder Arbeit.“

„Wir haben gelernt, warum es für den Einzelnen von Vorteil ist, Mitglied zu werden. Und warum es für die IG Metall wichtig ist, möglichst viele Mitglieder zu haben.“

Warum die IG Metall viele Mitglieder braucht, ist für Vanessa klar: *„Je mehr Mitglieder Du hast, desto mehr kannst Du bewirken. Das ist besonders wichtig, wenn es hart auf hart kommt.“*

Wenn die Betriebsrätin im Betrieb mal wieder das Argument hört, man bekomme die Tariferhöhung auch so, ohne Mitglied zu sein, nennt sie das schlicht unfair: *„Ich kann doch nicht von dem profitieren, was andere durchsetzen, wenn ich selbst nichts dazu beitrage.“* Eine interessante Beobachtung hat die Textilerin gemacht: *„Viele glauben,*

der Beitrag liege bei 50 bis 60 Euro – wie das in manchen Fitnesscentern üblich ist.“ Vanessa Neuwald hat gemeinsam mit zwei Kolleginnen von Lindenfarb am Kommunikationstraining teilgenommen.

„Dann haben wir im Betriebsrat davon erzählt – und alle sind losgezogen, Mitglieder zu werben.“ Das Training trage Früchte, sagt sie: *„Man geht besser mit Argumenten gerüstet in die Gespräche mit den Kolleginnen und Kollegen.“*

Textilveredelung Julius Probst
GmbH & Co KG
Aalen

Silvia Heidenblut

53 Jahre

Betriebsrätin

Volvo,
Wiltringen

„Mit Gleitzeitregeln können wir für eine ausgewogene Work-Life-Balance sorgen. Oder wir setzen uns gemeinsam für einen Firmenkindergarten ein.“

Das Training inspiriert.

Das Kommunikationstraining empfiehlt Silvia Heidenblut „auch den alten Hasen“.

„Wir haben uns auf die Fahnen geschrieben, mehr Mitglieder zu gewinnen“, sagt die Volvo-Betriebsrätin Silvia Heidenblut aus Wiltringen bei Trier. Deshalb habe das komplette 13-köpfige Gremium in der IG Metall-Geschäftsstelle ein Kommunikationstraining absolviert. Das sei „sehr gut“ gewesen, berichtet Silvia Heidenblut.

„Es hat für gedankliche Klarheit gesorgt und geholfen, diese Gedanken zu verbalisieren.“ Dass Silvia Heidenblut Metallerin ist, löst bei ihren Gesprächspartnern immer wieder Erstaunen aus – die 53-Jährige ist zwar Arbeitnehmerin, aber als Managerin tätig. Trotzdem ist es für sie selbstverständlich, IG Metall-Mitglied zu sein: „Abhängig Beschäftigte brauchen eine Lobby.“

Das sei die Gewerkschaft, ohne die es beispielsweise keine 35-Stunden-Woche gebe. Oder keine sechs Wochen Urlaub statt der vier, die das Gesetz vorschreibt. Und bei diesen Errungenschaften müsse es ja nicht bleiben, sagt sie. „Mit Gleitzeitregeln können wir für eine ausgewogene Work-Life-Balance sorgen. Oder wir setzen uns gemeinsam für einen Firmenkindergarten ein.“

Silvia Heidenblut weiß, dass Angestellte sich schwerer tun, Mitglied der IG Metall zu werden als Beschäftigte in der Produktion. Und sie wirbt um Verständnis: „Das hat auch bei mir gedauert.“ Ein Grund, warum sie der IG Metall beigetreten ist: „Als Beschäftigte hatte ich immer die Rückendeckung von Betriebsrat und Gewerkschaft.“



Mercedes-Benz-Werk
Hamburg

Jörg Weselmann

55 Jahre

Vorsitzender der Vertrauensleute

Das muss in die Köpfe.

Als Jörg Weselmann von der Möglichkeit einer Inhouse-Schulung für Kommunikation erfuhr, griff er spontan zu.

„Das war mal was anderes!“ Gemeinsam mit über einem Dutzend weiterer Vertrauensleute nahm er an der Tagesveranstaltung teil. Seine Erwartungen wurden nicht enttäuscht. „Wir saßen abwechselnd auf einer Bühne und haben Gespräche zwischen Werber und Nichtmitglied simuliert.“

Gespräche im Team vorzubereiten, den Werbegesprächen anderer zuzuhören, sie zu kommentieren und selbst ein Feedback auf die eigenen Gespräche zu bekommen – das sei für alle sehr ungewohnt, aber reizvoll gewesen. „Wir haben viel gelacht und hatten eine Menge Spaß. Das war ein guter Tag!“ Jörg Weselmann vergleicht die Mög-

lichkeiten von Gewerkschaftsmitgliedern gern mit dem Verhalten der Ameisen. „Eine allein kann kein Blatt bewegen, viele jedoch alles.“ Und das gelte auch für Menschen. „Gehen Hunderttausende auf die Straße, um eine Tariferhöhung durchzusetzen wie in der gerade zurückliegenden Metalltarifrunde, gelingt das. Stehen nur wenige mit der Fahne am Hauptbahnhof, kommt die Polizei.“

„Das muss in die Köpfe der Kolleginnen und Kollegen. Ich bin ja nicht auf den Mund gefallen“, sagt Weselmann – und das glaubt man ihm aufs Wort, „aber ich habe mich früher gescheut, ein und denselben

Kollegen ein zweites oder drittes Mal auf eine Mitgliedschaft anzusprechen.“

Das könne er jetzt. Zudem gingen die Vertrauensleute jetzt planmäßiger vor. „Wir wissen, wer von uns welchen Kollegen wann angesprochen hat – und noch einmal ansprechen wird.“ Bei 2.600 Beschäftigten bedeutet das viel Arbeit. Die schon von Erfolg gekrönt ist: „Uns gelingt es, Austritte und Streichungen sehr kurzfristig aufzufangen.“

„Gehen Hunderttausende auf die Straße, um eine Tariferhöhung durchzusetzen wie in der gerade zurückliegenden Metalltarifrunde, gelingt das. Stehen nur wenige mit der Fahne am Hauptbahnhof, kommt die Polizei.“



John-William Charlton

53 Jahre

Betriebsratsvorsitzender

Mitgliederwerbung ist eine Daueraufgabe.

„Wenn Du eine Sache schon lange machst, zum Beispiel Mitgliederwerbung, ist es ganz gut, mal ein paar neue Ideen kennenzulernen“, sagt John-William Charlton.

Eisengießerei Schonlau-Werke
Geseke

Ich hatte gefragt, warum er am Kommunikationstraining der IG Metall teilgenommen hat.

Der gebürtige Engländer ist Betriebsratsvorsitzender der Schonlau-Werke in Geseke bei Lippstadt, einer familiengeführten Eisengießerei. Die zweitägige Schulung habe ihm etwas gebracht, berichtet Charlton: Mit den Kollegen in der Produktion komme er sehr gut klar. Sich selbst bezeichnet er als einen eher derben Typen, und falle mal ein lautes Wort, sei niemand nachtragend.

„Wenn Du eine Sache schon lange machst, zum Beispiel Mitgliederwerbung, ist es ganz gut, mal ein paar neue Ideen kennenzulernen.“

„Abends trinken wir wieder ein Bier zusammen, und die Sache ist vergessen.“ Aber mit den Angestellten in der Verwaltung müsse man anders reden, sagt Charlton, und in den Gesprächen mit ihnen müsse man mehr Überzeugungsarbeit leisten. Früher habe er von Angestellten oft gehört, „wir brauchen keinen Betriebsrat und keine Gewerkschaft“. Das höre er jetzt selten. „Denn inzwischen haben auch Angestellte Erfahrungen mit Leiharbeit gemacht.“

Für den Chef der Schonlau-Werke sei es selbstverständlich, sich zusammenzuschließen; er selbst tue es ja auch – im Arbeitgeberverband.

John-William Charlton hat gemeinsam mit einem Betriebsratskollegen an dem Kommunikationstraining im IG Metall-Bildungszentrum Sprockhövel teilgenommen.

Den anderen fünf Metallern im Betriebsrat rät er, auch diese Schulung mitzumachen. „Mitgliederwerbung ist eine Daueraufgabe. Und damit sollten sich nicht nur ein paar Leute beschäftigen, sondern möglichst viele.“



Michael Nebel

49 Jahre

Vorsitzender der Vertrauensleute

ZF Friedrichshafen, Potsdam

Wir haben alle mehr Selbstbewusstsein gewonnen.

Sein Hintergrundwissen verbessern und sicherer auftreten, das nimmt Michael Nebel von der Schulung mit.

„Die Prozent-Forderung ist ja leicht erklärt. Aber die anderen Forderungen können unsere Lebensqualität verbessern, und das ist ein großer Unterschied.“

Sie haben es sich nicht leicht gemacht, die IG Metall-Vertrauensleute von ZF Friedrichshafen in Potsdam: Sie wählten die qualitativen Forderungen der Metalltarifrunde 2015 – Altersteilzeit und Bildungsteil – als Aufhänger für das Mitgliederwerbegespräch.

„Die Prozent-Forderung ist ja leicht erklärt“, sagt Michael Nebel, „aber die anderen Forderungen können unsere Lebensqualität verbessern, und das ist ein großer Unterschied.“

Michael Nebel hat gelernt, vorbereitet in die Gespräche mit Nichtmitgliedern zu gehen, ohne verkrampft zu sein. Man solle seinen Gesprächspartner ein bisschen kennen, rät er: *„Ist mein Gegenüber ein ruhiger, sachlich argumentierender Zeitgenosse oder eher ein aufbrausender? Hat „Gemeinsinn“ einen Wert für ihn, bedeutet ihm*

Solidarität etwas? Ist sein Arbeitsplatz sicher oder nicht? Kann es ihm wichtig sein, andere Metaller und die IG Metall selbst an seiner Seite zu wissen?“

Dank der Schulung vermeidet Michael Nebel sogenannte geschlossene Fragen, die mit einem einfachen ja oder nein beantwortet werden können. *„Wenn ich solche Fragen stelle, besteht die Gefahr, dass ich monologisiere. Dann bleibt das Gespräch einseitig und ist schnell zu Ende.“* Das solle man vermeiden. Seit der Schulung, erklärt Nebel, argumentiere er *„nicht mehr so plakativ“*.

Jetzt besitze er mehr Hintergrundwissen und trete sicherer auf. Das erlebt nicht nur er so. Das Feedback am Ende der Schulung sei durch die Bank positiv gewesen, berichtet Michael Nebel. *„Wir haben alle mehr Selbstbewusstsein gewonnen.“*



Jeanette Bruch

49 Jahre

Vorsitzende der Vertrauensleute

Miele, Gütersloh

Ich brauch' noch mehr Übung ...

Auf einer Sitzung der Vertrauensleute bei Miele in Gütersloh hat Jeanette Bruch vom Kommunikationstraining der IG Metall erfahren. Jedes Seminar, das sie bisher besuchte, hat sie als Bereicherung erlebt.

„Sich mit anderen IG Metall-Mitgliedern auszutauschen und einen Einblick in deren Betriebe zu erhalten, das ist schon toll, außerdem machen die Seminare Spaß.“ Deshalb nahm sie das Angebot an, im IG Metall-Bildungszentrum Sprockhövel etwas über 1:1-Kommunikation zu erfahren, auch wenn sie sich darunter zunächst nicht viel vorstellen konnte. „Wir haben viel gelernt: Wann und wo, aus welchem Anlass und – vor allem – wie rede ich mit jemandem, den ich

„Erst einmal dem anderen zuhören.
Wie geht's ihm? Was beschäftigt ihn?“

als Mitglied der IG Metall gewinnen möchte?“ Zeitpunkt und Ort – das können zum Beispiel Mittagspause und Kantine sein. „Anlässe gibt es viele“, sagt Jeanette Bruch: ein Flugblatt, Ärger mit Vorgesetzten, Hektik und Stress am Arbeitsplatz. Am wichtigsten sei, wie man das Gespräch führe.

„Erst einmal dem anderen zuhören. Wie geht's ihm? Was beschäftigt ihn?“ Dann könne man gemeinsam überlegen, wie eine Unterstützung durch die IG Metall im konkreten Fall aussehen könne. Dass nicht jedes Gespräch mit einem Beitritt in die IG Metall endet, ist klar. „Aber man sollte in Verbindung bleiben, sich für ein weiteres Gespräch ver-

abreden“, sagt Jeanette Bruch. Während des Trainings habe man das alles ausprobieren und reflektieren können. „Gewissermaßen in einem geschützten Raum, das war sehr hilfreich.“ Dass Jeanette Bruch nach zwei Tagen Training noch keine ganz perfekte Werberin ist, räumt sie gerne ein: „Ich habe zwar Sicherheit gewonnen, aber Werbegespräche empfinde ich als sehr schwierig, da brauche ich noch mehr Übung!“ Sie hat sich vorgenommen, in ihrer Abteilung als Metallerin präsenter zu sein. „Ich will deutlich machen, dass die IG Metall sich kümmert – um alles, was mit Arbeit zu tun hat.“ Wem würde Jeanette Bruch das Kommunikationstraining empfehlen? „Jedem, der sich mit der IG Metall und ihren Werten identifiziert.“

Rogerio Santos Lopes

54 Jahre

Vertrauensmann



Constellium, Singen
 Tarifgebunden
 1.700 Beschäftigte

Ich werbe gerne.

Rogerio Santos Lopes ist Vertrauensmann bei Constellium in Singen, dem größten Werk des Aluminiumverarbeiters in Deutschland.

Santos hat schon ein paar Seminare zur Mitgliederwerbung besucht, trotzdem war dieses Kommunikationstraining für ihn interessant.

„Zur Auffrischung: die braucht man ab und zu.“ Der gelernte Schlosser kennt sich im Betrieb aus, er arbeitet schon über drei Jahrzehnte als Schweißer für die Firma. Die Belegschaft kennt die Vorteile einer IG Metall-Mitgliedschaft. Zwei von drei Beschäftigten sind gewerkschaftlich organisiert. „Ich werbe gerne Mitglieder für die IG Metall“, sagt Santos. Was reizt ihn? „Die Gemeinschaft. Wir können uns gemeinsam Ziele setzen und wir erreichen sie, weil wir viele sind.“

Ein Beispiel sei der Tarifabschluss in der Metalltarifrunde 2015: 3,4 Prozent mehr Entgelt, eine neue Altersteilzeit und – erstmalig – eine Bildungsteilzeit. „Ich bin fleißig am werben“, erzählt Santos. Durch das Kommunikationstraining habe er gelernt, nicht mit der Tür ins Haus zu fallen.

Er wolle die Probleme seiner Kollegen kennenlernen, erst einmal den Kontakt herstellen und pflegen, betont er. „Nach ein, zwei Monaten kommen die Kollegen von selbst“. Er rechnet es ihnen – überwiegend Leiharbeitern – hoch an, dass sie den Mitgliedsbeitrag zahlen, „ob-

wohl sie von der Hand in den Mund leben“. Er weiß aber auch, was ihr IG Metall-Beitritt für ihn bedeutet:

„Diesem Vertrauen, das uns entgegengebracht wird, müssen wir gerecht werden; wir müssen für unsere Mitglieder da sein – und Leistung bringen!“

„Wir können uns gemeinsam Ziele setzen, zum Beispiel das Ziel, mehr zu verdienen oder unsere Arbeitsbedingungen zu verbessern.“



Marcello Mullanu

34 Jahre

Betriebsratsmitglied

Mannstaedt, Troisdorf
(Rhein-Sieg-Kreis)
767 Beschäftigte

Mitgliederwerbung mit System ist erfolgreich.

Marcello Mullanu hat bei Mannstaedt in Troisdorf (Rhein-Sieg-Kreis) seine Ausbildung zum Industriemechaniker gemacht, war erst Jugendvertreter und ist seit 2003 Betriebsratsmitglied in dem Stahlunternehmen.

Logisch, dass Mullanu schon viele Beschäftigte für die IG Metall gewonnen hat. Trotzdem – das Kommunikationstraining war für ihn ein Motivationsschub.

Bei Mannstaedt sind zwar drei von vier Beschäftigten Mitglied der IG Metall, aber die Mitgliederwerbung müsse immer wieder in den Mittelpunkt gerückt werden, sagt Mullanu. *„Wir haben das getan.“* Auf dem IG Metall-Seminar hat er gelernt, den Gewerkschaftlichen

„Wir führen jetzt Listen mit den Namen der Kolleginnen und Kollegen, die noch nicht Mitglied sind. Und die wir Vertrauensleute ansprechen wollen.“

Betriebsplan anzuwenden: *„Wir führen jetzt Listen mit den Namen der Kolleginnen und Kollegen, die noch nicht Mitglied sind. Und die wir als Vertrauensleute ansprechen wollen.“*

Diese neue Herangehensweise sei erfolgreich, berichtet Mullanu. *„In den letzten sechs Monaten ist viel passiert – rund 40 Neuaufnahmen konnten wir verbuchen. Mitgliederwerbung mit System ist erfolgreich.“* In Werbegesprächen betont Marcello Mullanu oft das

Solidar-Prinzip. Er meint damit alle Vorteile, die sich aus dem Zusammenschluss der Beschäftigten in der IG Metall ergeben:

„Wir haben nur dann eine Chance, beispielsweise Tariferhöhungen durchzusetzen, wenn wir viele sind und unsere Forderung gemeinsam erheben. Alleine schaffst Du das nicht, kein Arbeitgeber schenkt Dir mehr Geld. Und selbst wenn: Diese ‚Nasenprämie‘ kann er Dir jederzeit wegnehmen, tarifvertragliche Ansprüche aber nicht.“

Fakten für Hauptamtliche.

Kommunikationstrainings zur Mitgliedergewinnung

Das bieten die Trainings

Basisinformationen: Gesprächsführung

Praxisübung: Werbegespräch mit Gesprächsleitfaden

Argumente passend zu den Tarifabschlüssen Metall- und Elektroindustrie; Umgang mit Einwänden und Widerspruch im Werbegespräch; Abschluss mit unterschriebener Beitrittserklärung;

Trainingsformate

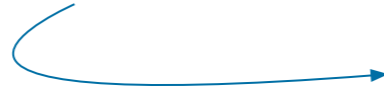
Die Kommunikationstrainings können als 1,5-tägiges Seminar oder als Tagesseminar organisiert werden, für größere Betriebe auch als Inhouse-Schulungen.

Format Basis: Einstieg Gesprächsführung – ohne Vorerfahrung

Format Fortgeschrittene:

Aufbau Gesprächsführung – mit Vorerfahrung

Infos zur Anmeldung



An wen richten sich die Trainings?

Die Trainings richten sich an Werberinnen und Werber sowie Kolleginnen und Kollegen mit Erfahrung im Bereich Kommunikation – nach Möglichkeit aus Betrieben mit gut erschließbarem Mitgliederpotenzial.

Kosten für Verwaltungsstellen

Die Kosten werden im Rahmen des für die Sofortmaßnahmen beschlossenen Budgets weiterhin übernommen.

Wie kann man Betriebe bzw. Kolleginnen

und Kollegen für die Trainings anmelden?

1. Vor Ort klären, in welchem Betrieb es sowohl Potenzial als auch interessierte Kolleginnen und Kollegen gibt.
2. Mit dem Bezirk abstimmen, ob es bereits Pläne für Trainings gibt oder ob für die Verwaltungsstelle / den Betrieb ein zusätzliches Training organisiert werden kann.
3. Die Organisation des Trainings erfolgt entweder in Abstimmung mit einem kooperierenden Bildungszentrum oder direkt in Abstimmung mit dem Bezirk. Die Trainings werden dabei als zentrale Seminare angelegt, und die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden dann über MDB eingepflegt.
4. Es gibt einen zentralen Pool an qualifizierten Trainerinnen und Trainern. Die Auswahl für das konkrete Training erfolgt über den Bezirk.
5. Bei Trainings in der Verwaltungsstelle oder in Betrieben der Verwaltungsstelle muss die Räumlichkeit vor Ort organisiert werden.
6. Die Trainings sollten von einer Person aus der Verwaltungsstelle und/oder dem Bezirk begleitet werden.

Ansprechpartnerinnen &

Ansprechpartner

In den Bezirken

Baden-Württemberg: Martin Gürtler

Bayern: Jürgen Wagner

Berlin-Brandenburg-Sachsen: Brigitte Bey

Küste: Michael Schrod

Mitte: Elsbeth Stegemann

Niedersachsen – Land Sachsen-Anhalt : Karoline Kleinschmidt

Nordrhein-Westfalen: Thomas Hay

*Material zur Mitgliedergewinnung
Informationen für Hauptamtliche
Eine Übersicht aller relevanten Produkte zur
Mitgliedergewinnung. Sie sind im Intranet oder
Extranet zu bestellen oder stehen zum
Download bereit.*

intranet/Mitgliedergewinnung

*Spicker-Zusatzkarten
Thema Kommunikation
Einfach bestellen, dranhängen und den
eigenen Spicker zusammenstellen – ganz nach
Deinen Wünschen!*

www.igm-spicker.de



NOCH FRAGEN?

Hast Du weitere Anregungen oder wird ein auf Deine Verwaltungsstelle zugeschnittenes Seminar benötigt, kannst Du Dich gerne an uns wenden:

Frank Herrmann, Susanne Kim

FB Mitglieder und Erschließungsprojekte

Thomas Veit

FB Gewerkschaftliche Bildungsarbeit

✉ mitglieder@igmetall.de

☎ 069 66 93-2221

*Gut aufgestellt in die Offensive –
jetzt unser Team verstärken!*

www.team-verstaerken.de