



GEMEINSAM MITGLIEDER GEWINNEN

HILFREICHE TIPPS UND ARGUMENTE

MitgliederEntwicklung



Liebe Kollegin, lieber Kollege,

fragt man Beschäftigte in Deutschland nach ihrer Meinung zu Gewerkschaften, ist die Antwort eindeutig: Die Mehrheit hält sie für wichtig und unverzichtbar. Und doch ist es heute längst nicht mehr selbstverständlich, dass Beschäftigte Mitglied einer Gewerkschaft sind. Neue Mitglieder zu gewinnen, ist deshalb eine wichtige Aufgabe. Dabei kommt es auf alle ver.di-Mitglieder an. Denn viele Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sind nur deshalb nicht bei ver.di, weil sie noch nie gezielt angesprochen wurden.

Am besten überzeugst du persönlich und mit guten Argumenten. Für eine kurze Unterhaltung ist fast immer Zeit, die aktuelle Situation in deinem Betrieb oder der Dienststelle ein guter Aufhänger. Aber auch Tarifrunden, Betriebsratswahlen, Neueinstellungen, Versammlungen und Aktionen, wie etwa zum 1. Mai, können Anlass sein, einfach mal das Gespräch zu suchen.

Wie du deine Mitglieder-Werbeaktion in einem kleinen Team von Gleichgesinnten erfolgreich planst und Einwänden schlagkräftig begegnest, haben wir in dieser Broschüre kompakt und praxisnah zusammengestellt. Fang einfach an! Die ver.di-Kolleginnen und ver.di-Kollegen in deinem Bezirk oder Fachbereich stehen dir mit Rat und Tat zur Seite.

Wir danken dir für dein Engagement und freuen uns über Anregungen und Kritik.

Dein Team
ver.di MitgliederEntwicklung



IMPRESSUM

ver.di
Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft
Bundesvorstand
Bereich MitgliederEntwicklung
Verantwortlich: Sigrid Dahm
Paula-Thiede-Ufer 10
10179 Berlin

www.verdi.de
me@verdi.de

Redaktion
Sigrid Dahm, Georg Wissmeier

Konzeption, Text, Gestaltung
DFC Deutsche Fundraising Company GmbH

Fotografie
Wayhome studio / Shutterstock.com (U1 und U4) | Kay Herschelmann (S. 3) | Manfred Geneschen (S. 6) | DGL images / Shutterstock.com (S. 10) | DFC (S. 12), Materialabbildungen (S. 37, 38, 39) | Westend61 / Fotolia (S. 15) | Dietrich Hackenberg (S. 17) | Kzenon / Fotolia (S. 20) | Monkey Business Images / Shutterstock.com (S. 16, 27) | Pressmaster / Shutterstock.com (S. 18, 31) | Zitate (S. 32–33): privat bzw. inkühn (M. Poure, S. 32) | Szene aus dem ver.di-Praxisfilm „Mitgliedererwerbung – Erschließung – das 1zu1-Gespräch“ (S. 34) | Danny Prusseit (S. 35) | Hanna Kuprevich / Shutterstock.com (S. 36) | Szene aus dem Praxisfilm „Auszubildende – Ansprache einer Zielgruppe“ (S. 39)

Druck
DCM Druck Center Meckenheim GmbH

1. Auflage
10.000 Exemplare
W-3074-32

Stand
Mai 2018

INHALT

1	STARK MIT DIR	6
	Jedes Mitglied macht ver.di stark	7
	ANFANGEN	8
2	Erste Schritte zum Ziel	9
	Am Ball bleiben	10
	Motivieren und Qualifizieren	11
3	PLANEN	12
	Ohne Konzept geht es nicht	13
	Ausgangslage analysieren	14
	Zielgruppen und Ziele festlegen	15
	Argumente sammeln	16
	Maßnahmen planen und umsetzen	17
	Aktion auswerten	18
	Arbeitshilfe: Vier-Schritte-Planer	19
4	DAS GESPRÄCH SUCHEN	20
	Bester Weg zum Erfolg	21
	Ablauf eines Werbegesprächs	22
5	ARGUMENTIEREN UND ÜBERZEUGEN	24
	Stark im persönlichen Gespräch	25
	Tarifpolitik und Wirkung	26
	Persönliche Befürchtungen	28
	Kosten und Nutzen	30
	Argumente aus der Praxis	32
6	MEHR ERFAHREN	34
	Service und Kontakt	35
	Ansprechetraining	36
	Materialien	37



1

Eine wirkungsvolle Interessenvertretung braucht eine starke Gemeinschaft. Zusammen können wir die großen Herausforderungen der sich ständig verändernden Arbeitswelt besser bewältigen. Damit wir weiter wachsen, brauchen wir engagierte Mitglieder. Wer sonst könnte andere glaubwürdiger von ver.di überzeugen als wir selbst?



STARK MIT DIR

JEDES MITGLIED MACHT VER.DI STARK

Als ver.di-Mitglied weißt du: Unsere Stärke, das sind wir, die Mitglieder. Jeden Tag setzen wir uns gemeinsam für die Belange von Millionen Beschäftigten im ganzen Land ein. Gerechte Löhne, gute Arbeitsbedingungen, Rückhalt für Einzelne – als starke Gemeinschaft können wir mehr erreichen. Jedes neue Mitglied stärkt unsere Durchsetzungskraft bei betrieblichen Konflikten und Tarifaueinandersetzungen. Auch unser Einfluss auf Rentenpolitik, Gesundheitswesen sowie Sozial- und Bildungssysteme wächst mit der Summe unserer Mitglieder.

In den kommenden Jahren stellen uns die Veränderungen in der Arbeitswelt, die Digitalisierung und der demografische Wandel vor große soziale, politische und wirtschaftliche Herausforderungen. Nur mit einer starken Solidargemeinschaft können wir unsere eigenen Interessen erfolgreich vertreten.

Mitglieder wissen am besten, wovon sie reden

Neue Mitglieder zu gewinnen, bleibt eines unserer wichtigsten Ziele. Dabei sind alle Mitglieder gefragt. Denn wer könnte deine Kolleginnen und Kollegen, Bekannte oder Freundinnen und Freunde glaubwürdiger überzeugen, als du selbst? Du weißt, wo der Schuh drückt. Du kannst Themen benennen, Forderungen aufstellen und die richtigen Antworten anbieten. Dazu brauchst du kein großes Team. Alleine oder besser noch mit ein, zwei Gleichgesinnten kannst du viel erreichen. ver.di ist stark mit dir!

2

Zu Beginn eine gute Nachricht: Anfangen ist gar nicht schwer. Das Wichtigste bringst du bereits mit: deine Motivation. verabrede dich am besten mit anderen interessierten Mitgliedern und steckt gemeinsam erste Ziele ab. Regelmäßige Treffen, gute Teamarbeit und Weiterbildungen sind die Grundlage für euren Erfolg.

ANFANGEN

ERSTE SCHRITTE ZUM ZIEL

Ohne Frage, gemeinsam macht die Arbeit nicht nur mehr Spaß. Sie ist auch wirkungsvoller. Schon in einem **Team mit ein, zwei Gleichgesinnten** könnt ihr eure persönlichen Stärken bündeln. Während es einigen leichter fällt, auf Kolleginnen und Kollegen zuzugehen, sind andere wahre Organisationstalente. Ihr könnt euch gegenseitig motivieren und korrigieren, Durststrecken leichter meistern und nicht zuletzt auch gemeinsam Erfolge feiern.

Mitstreiterinnen und Mitstreiter finden

Sicher fallen dir **motivierte** und **wortgewandte ver.di-Mitglieder** in deinem Betrieb oder der Dienststelle ein, die **Vertrauen** genießen und ggf. in unterschiedlichen Abteilungen arbeiten. Nicht zwangsläufig sind diese bereits in ver.di aktiv. Lass dich auch nicht entmutigen, sollten deine Kolleginnen und Kollegen zunächst zögern. Werde einfach selbst aktiv. Damit bewegst du auch andere zum Mitmachen.

Erstes Treffen organisieren

Das erste Treffen sollte möglichst außerhalb des Betriebes stattfinden. Beantwortet euch zunächst zwei Fragen: Wie würde es um Arbeitsbedingungen, Mitbestimmung oder Interessenvertretung stehen, wenn wir nicht aktiv werden? Und: Was könnten wir erreichen, wenn wir mehr Mitglieder hätten? Danach könnt ihr mit der **Analyse** beginnen und **erste Ziele** entwickeln. Wenn ihr systematisch vorgeht und einem Plan folgt, wird es euch leichter fallen, das erste Werbegespräch zu führen. Verteilt **klare Aufgaben** und **verabredet** gleich ein nächstes Treffen: Wer macht was bis wann?

Tipp:

Gewerkschaftssekretärinnen und -sekretäre kennen Mitglieder, die sich ebenfalls engagieren wollen, können den Kontakt herstellen und stehen gerne unterstützend zur Seite.

MEHR DAZU

Kapitel 3: PLANEN, ab Seite 12

AM BALL BLEIBEN KONTINUIERLICH ARBEITEN



Tipp für größere Werbeteams:
Mit einem eigenen Newsletter könnt ihr aktive Werberinnen und Werber in eurem Fachbereich oder Bezirk auf dem Laufenden halten, zum Beispiel über neue Maßnahmen und Materialien, anstehende Veranstaltungen und gewerkschaftliche Erfolge.

Erfolgreiche Mitgliedergewinnung lebt von Beständigkeit. Wer häufiger Kolleginnen und Kollegen anspricht, sammelt wichtige Erfahrungen, spart Zeit und muss nicht immer wieder bei null anfangen. Gerade Werberinnen und Werber, die sich in einem kleinen Team engagieren, sollten auf Verbindlichkeit achten. Verabredet euch in festen Abständen, zum Beispiel einmal im Monat, und gestaltet diese **regelmäßigen Treffen** produktiv und wertschätzend.

Erfahrungen austauschen

Ein regelmäßiger Erfahrungsaustausch erleichtert künftige Werbegespräche und hilft, die eigene Überzeugungsarbeit weiter zu verbessern. Wie liefen die bisherigen Gespräche? Gab es unerwartete Einwände oder Probleme? Welche Argumente konnten besonders punkten? Berichtet mindestens genauso über positive Erlebnisse wie über negative Erfahrungen.

Ziele überprüfen

Auch eine Zwischenbilanz sollte zu euren Treffen dazugehören. Wie ist es euch gelungen, eure Ziele zu erreichen? Warum hat es nicht geklappt? Benötigt ihr lediglich mehr Zeit oder sind andere Maßnahmen gefragt? Geht nicht auseinander, ohne das weitere Vorgehen und ein neues Treffen zu verabreden.

Konstruktives Feedback geben

Unterstützt euch gegenseitig und macht euch die Arbeit so angenehm wie möglich. Der Blick von außen ist ein großer Vorteil der Teamarbeit. Was läuft gut? Was lässt sich verbessern? Schätzt euch gegenseitig **offen, ehrlich** und **konstruktiv** ein. Würdigt vor allem die positiven Aspekte und bringt Verbesserungsvorschläge möglichst konkret vor.

MOTIVIEREN UND QUALIFIZIEREN

ENGAGEMENT BRAUCHT ANERKENNUNG UND KNOW-HOW

Wie notwendig der Einsatz für ver.di auch ist, das Engagement ist keinesfalls selbstverständlich. Wertschätzung ist deshalb das A und O. Wenn du und alle im Team spüren, dass der Einsatz geschätzt wird, und ihr eure Fähigkeiten stetig ausbaut, tut das allen gut.

Wertschätzende Atmosphäre schaffen

Bei der Mitgliedergewinnung gelingt nicht immer alles. Meist werden schlechte Erfahrungen viel ausführlicher besprochen, während **das Positive** untergeht. Das führt leicht zu Frust. Schaut deshalb immer auf das, was die anderen im Team gut machen, lobt Ideen und würdigt Erfolge. Sucht nicht nach Schuldigen, sondern nach Lösungen. Und: **Belohnt** euch ab und an.

Austausch organisieren

Auch wenn der Austausch von Erfahrungen immer dazugehören sollte, kommt er im Alltag oft zu kurz. Organisiert deshalb von Zeit zu Zeit ein Treffen speziell zu diesem Zweck. Ladet auch andere Werberinnen und Werber oder eure ver.di-Sekretärinnen und -sekretäre ein. So könnt ihr über den eigenen Tellerrand schauen und neue Ideen entwickeln.

Weiterbildungen stärken Kompetenzen

Manchmal muss man Routinen durchbrechen, um voranzukommen. Ein Seminar hilft, Know-how zu erweitern und mögliche Ängste abzubauen. Wie trete ich überzeugend auf? Wie plane ich meine Werbearbeit? Wofür steht ver.di? Egal ob kommunikative und strategische Fähigkeiten oder inhaltliche und rechtliche Kenntnisse – die **ver.di-Bildungsangebote** sorgen für einen frischen Motivationsschub, vor allem zur Vorbereitung auf eine Aktionswoche, eine Tarifrunde oder andere Werbeaktivitäten.

Tipp:

Ein **Ansprechetraining** gibt Sicherheit. Organisiert den Workshop am besten im Vorfeld einer Aktion. ver.di unterstützt euch dabei auch mit Material. Mehr dazu auf Seite 36.

① Daten
Fakten ✓
Erfahrungen

→ mit Anja besprechen

② Zielgruppe ✓
Was kommt
in Frage

Aktulis mit einbringen

③ Argumente
- aus den
Materialien
sammeln

→ zusammen mit
Harald teilen

④ Aktionen
überlegen

Material zusammen
legen, Karte distanzieren

Andere von ver.di zu
überzeugen, gelingt selten
einfach nebenbei. Besser, ihr
wisst, wo ihr steht und welche
Themen eure Kolleginnen und
Kollegen gerade beschäftigen.

Dann könnt ihr nicht nur
eure Ziele klar formulieren
und einfache Maßnahmen
bestimmen. Ihr findet auch
gute Anlässe und die
richtigen Argumente.

Wie ist es
gekommen?
Was kann
man
verbessern?

PLANEN

OHNE KONZEPT GEHT ES NICHT

Du bist bereit, dich in die Arbeit zu stürzen? Alle, die schon einmal Kolleginnen und Kollegen von einer ver.di-Mitgliedschaft überzeugen wollten, wissen: Ohne Plan wird das schwer.

Ein Gespräch zu einem ungünstigen Zeitpunkt, ein Infostand an der falschen Stelle: Solche Situationen könnt ihr vermeiden, wenn ihr die Mitgliedergewinnung strategisch anlegt. Nehmt euch die Zeit! Erarbeitet einen Plan mit konkreten Maßnahmen. Passend für die aktuelle Situation in eurem Betrieb und zugeschnitten auf eure zeitlichen und personellen Möglichkeiten. Die folgenden Arbeitsschritte helfen dabei.

SCHRITT 1:

WIE IST DIE AUSGANGSLAGE?

Tragt wichtige Daten, Fakten und Erfahrungen zusammen und bereitet diese systematisch auf.

SCHRITT 2:

WELCHE ZIELE WOLLT IHR ERREICHEN, WELCHE ZIELGRUPPEN ANSPRECHEN?

Legt klare und konkrete Ziele fest. Wählt Kolleginnen und Kollegen aus, die ihr ansprechen möchtet.

SCHRITT 3:

WELCHE ARGUMENTE ÜBERZEUGEN?

Bestimmt die Themen und Inhalte, die für eure Zielgruppe wichtig sind. Stimmt eure Argumente darauf ab.

SCHRITT 4:

WELCHE MASSNAHMEN VERSPRECHEN ERFOLG?

Wählt geeignete Anlässe und Aktionen. Kalkuliert den dafür notwendigen Einsatz von Materialien und Ressourcen.

SCHRITT 5:

WIE IST DIE AKTION GELAUFEN?

Zieht Bilanz und kontrolliert euren Erfolg. Leitet Schlussfolgerungen für eure weiteren Aktivitäten ab.

Tipp:

Auch ein Blick auf die **persönlichen Stärken und Schwächen** sollte nicht fehlen. Welche Erfahrungen und Kontakte bringt ihr mit? Wie viel Zeit, Engagement und Material könnt ihr einbringen? Wo benötigt ihr Unterstützung? Mehr dazu auf Seite 17.

AUSGANGSLAGE ANALYSIEREN

GRUNDLAGE FÜR JEDE AKTION

Bevor ihr loslegt, solltet ihr wissen, wo ihr steht. Für eine gründliche Analyse tragt ihr am besten alle **Zahlen, Daten und Fakten** aus dem Betrieb oder der Dienststelle zusammen, die für die Mitgliederengewinnung wichtig sind. Beim Vorbereiten und Planen helfen euch zum Beispiel folgende Informationen:

Beschäftigte und Auszubildende

Wie viele Beschäftigte und Auszubildende gibt es? Wie stark sind die jeweiligen Altersgruppen vertreten? Wie viele Frauen und Männer gibt es? Wie gewerkschaftsnah sind sie und wie stehen sie zu ver.di?

Betriebsstruktur und Arbeitsbedingungen

Wie viele Standorte, Abteilungen und Bereiche gibt es und wie groß sind diese? Wie viele Beschäftigte arbeiten in Vollzeit, wie viele in Teilzeit? Wie viele haben befristete Verträge? Werden tarifliche Regelungen eingehalten? Wie steht es um die Qualität der Ausbildung? Gibt es Vereinbarungen zur Altersteilzeit? Welche Themen treiben die Kolleginnen und Kollegen besonders um? Welche Konflikte gibt es aktuell?

Gewerkschaftliche Stärke

Wie viele ver.di-Mitglieder gibt es insgesamt im Betrieb? Wie ist der Organisationsgrad in den einzelnen Abteilungen und Altersgruppen? Wie haben sich diese Zahlen in den vergangenen Jahren entwickelt? Wie stark sind Konkurrenzgewerkschaften? Gibt es Vertrauensleute oder eine ver.di-Betriebsgruppe? Wie ist das Verhältnis zwischen betrieblicher Interessenvertretung und ver.di?

Anlässe und Termine

Welche Wahlen, Versammlungen oder Veranstaltungen stehen im Betrieb an? Wann ist die nächste Tarifrunde? Welche anderen Anlässe bieten sich an?

ADRESSATEN UND ZIELE FESTLEGEN

WISSEN, WEN UND WAS IHR ERREICHEN MÖCHTET

Der nächste Schritt: Wertet die gesammelten Informationen aus und bestimmt, wen ihr ansprechen und was ihr erreichen wollt. Dabei steht euch **eure ver.di-Sekretärin oder euer ver.di-Sekretär** gerne beratend zur Seite.

Adressaten auswählen

Jeder Betrieb, jede Dienststelle, selbst jede Abteilung tickt anders. Die Herausforderung ist, genau die Beschäftigten auszuwählen, die für die Mitgliedergewinnung den größten Erfolg versprechen. Sind es die neuen Auszubildenden oder die Teilzeitbeschäftigten aus der Abteilung XY oder eine bestimmte Berufsgruppe? Wählt **zunächst den Bereich** aus, in dem ihr aktiv werden wollt. Bestimmt **dann die einzelnen Personen**, auf die ihr euch mit euren Werbeaktivitäten konzentriert. Eine Frage erleichtert eure Entscheidung: Wie gewerkschaftsnah und aufgeschlossen sind die Kolleginnen und Kollegen? Danach richtet sich euer Arbeitsaufwand. Beginnt am besten bei denen, die ver.di gegenüber besonders aufgeschlossen sind.

Ziele festlegen

Formuliert nun, was ihr erreichen möchtet. Ideal sind **eindeutige, messbare und erreichbare Ziele** und klare Termine. Ein Beispiel: „Wir wollen bis Ende des Jahres mindestens 50 Prozent der neuen Auszubildenden und 50 Prozent der Neueinstellungen für ver.di gewinnen.“ Mit einem so klar formulierten Ziel könnt ihr später auch den Erfolg eurer Werbeaktion besser beurteilen. Und nicht vergessen: Es muss nicht alles in einem Schritt passieren. Das eine braucht mehr, das andere weniger Zeit und Ressourcen.



Tipp:

Der „**Vier-Schritte-Planer**“ erleichtert die Arbeit und hilft, Mitglieder systematisch zu gewinnen. Einfach kostenlos per E-Mail bestellen: me@verdi.de. Mehr dazu auf Seite 19.

ARGUMENTE SAMMELN

GUTE GRÜNDE MITGLIED ZU WERDEN



Es gibt viele gute Gründe, in ver.di einzutreten. Mit langen Aufzählungen wirst du andere aber nicht begeistern. Erfolgreiche Werberinnen und Werber können vor allem eins: zuhören und mit dem richtigen Argument zur richtigen Zeit punkten. Das lässt sich vorbereiten.

Aus der Analyse wisst ihr, worüber die Kolleginnen und Kollegen, die ihr erreichen möchtet, gerade diskutieren. Behaltet zudem ihre persönlichen Interessen und das aktuelle Zeitgeschehen im Blick. Sammelt **passgenaue Antworten**. Formuliert diese **kurz und klar**.

Aktuelle betriebliche Themen und Konflikte

Welche Sorgen und Probleme treiben eure Kolleginnen und Kollegen um? Was hat ver.di dazu zu sagen? Wurden schon Erfolge erreicht, solltet ihr auch damit argumentieren.

Persönliche Interessen und Bedürfnisse

Berücksichtigt, was euren Kolleginnen und Kollegen persönlich wichtig ist und wie sie von einem Beitritt profitieren könnten. Wer beruflich vorankommen will, interessiert sich vielleicht eher für das Weiterbildungs- und Beratungsangebot, während für andere Rechtsschutz oder Streikgeld wichtiger sind.

Aktuelles Zeitgeschehen

Medienberichte können ebenso Einfluss haben. Hat ver.di gerade Erfolge errungen, nutzt diese. Gibt es hingegen Ereignisse, die andere gegenüber ver.di verärgert haben könnten, solltet ihr dafür gewappnet sein.

Grundsätzliche Vorbehalte

Neben aktuellen Themen gibt es eine Reihe genereller Vorbehalte und Einwände. Der Beitrag zu hoch, der Nutzen zu gering, die Angst vor dem Chef zu groß. Bereitet euch darauf vor.

MEHR DAZU

Kapitel 5: ARGUMENTIEREN UND
ÜBERZEUGEN, ab Seite 24

MASSNAHMEN PLANEN UND UMSETZEN

EINFACHE MITTEL ZUR RICHTIGEN ZEIT

Gerade für kleine Teams ist es wichtig, Mitglieder mit einfachen Mitteln zu gewinnen. Die kreativste Werbeaktion bringt wenig, wenn ihr sie nicht umsetzen könnt. Nutzt stattdessen die Anlässe, die sich euch bieten. Schafft dabei **Zeit und Raum für persönliche Gespräche**.

Aktuelle Anlässe nutzen

Die beste Gelegenheit, um andere von ver.di zu begeistern, ist immer dann, wenn sie ver.di hautnah erleben können:

- Wird ein bestimmtes **Thema in der Belegschaft** diskutiert, solltet ihr es aufgreifen. Gleiches gilt für **Wahlen**, egal ob zum Betriebs- oder Personalrat, zur Mitarbeitervertretung oder JAV. Vertretet dabei den Standpunkt von ver.di offensiv.
- **Tarifrunden** sind Standardsituationen für die Mitgliedergewinnung. ver.di ist präsent. Auch Nicht-Mitglieder profitieren vom Einsatz und sind offener für ein Gespräch über ver.di. Hier könnt ihr mit Informationsmaterialien und im Dialog punkten.
- Hat ver.di im Betrieb oder anderswo gute Arbeit geleistet, thematisiert die **Erfolge**. Und zwar zeitnah. Zeigt, was ver.di bewirkt und warum ein Beitritt lohnt.
- Begrüßt **neue Kolleginnen und Kollegen** und **Auszubildende**. Informiert sie über Rechte und Pflichten und unterstützt sie mit guten Tipps.
- Begleitet die jährlichen **ver.di-Aktionswochen**, Versammlungen oder Aktionen wie etwa zum 1. Mai.

Ressourcen sinnvoll einsetzen

Wägt ab, **wie viel Zeit und Geld** nötig ist, um eure Maßnahmen erfolgreich umzusetzen – und wie viel Ressourcen ihr tatsächlich einbringen könnt. Weniger ist mehr. Das gilt auch für den Einsatz von **Materialien** und Werbemittel. Mit einem thematisch passenden Flyer bleiben eure Argumente besser in Erinnerung als mit vielen beliebigen. Bei der Auswahl berät euch ver.di gerne.

Tipp:

Broschüren, Flyer und Plakate machen aufmerksam und mobilisieren. Je professioneller, umso besser! ver.di unterstützt Werberinnen und Werber mit Vorlagen, Materialien und Werbemitteln. Fragt einfach in eurem Bezirk oder Fachbereich nach. Mehr dazu ab Seite 34.



AKTION AUSWERTEN

DAMIT ES NOCH BESSER LÄUFT

Die Aktion ist gelaufen. Ihr habt es fast geschafft! Alle, die erfolgreich ver.di-Mitglieder gewinnen möchten, überprüfen nicht nur zwischendurch, ob alles noch nach Plan verläuft oder der Kurs angepasst werden sollte. Sie führen auch nach Abschluss einer Aktion eine Auswertung durch.



Bilanz ziehen und Erfolge feiern

Wieder geht es darum, Ziele zu überprüfen, Erfahrungen auszutauschen, konstruktives Feedback zu geben und Schlussfolgerungen für die nächste Aktion abzuleiten. Haltet eure Ergebnisse am besten schriftlich fest, damit sie nicht verloren gehen. Fragt euch zum Beispiel: Welche Ziele haben wir erreicht, welche nur teilweise? Wo lagen die Schwierigkeiten? Was hat gut geklappt, was sollte besser laufen? Welche Erfahrungen könnt ihr für die weitere Arbeit nutzen? Wie könnt ihr mögliche Fehler beim nächsten Mal vermeiden? Wo sollte der Schwerpunkt der kommenden Aktion liegen?

Bilanz zu ziehen, lohnt sich und hilft euch dabei, besser zu werden. Aber vergesst eines nicht: Freut euch, wenn etwas gut gelaufen ist und feiert gemeinsam eure Erfolge!



4

Mitglieder für ver.di zu gewinnen, geht am besten im persönlichen Gespräch. Für einen souveränen und überzeugenden Auftritt kannst du selbst einiges tun: den richtigen Rahmen schaffen, interessiert zuhören, klar argumentieren und verbindlich bleiben. Das lässt sich vorbereiten und trainieren!



DAS GESPRÄCH SUCHEN

BESTER WEG ZUM ERFOLG

Es gibt viele Wege, mit denen du und dein Team auf ver.di aufmerksam machen könnt. Ihr könnt eine E-Mail an die ganze Abteilung senden, Plakate in der Teeküche aufhängen oder Flyer am Infostand verteilen. Wenn ihr eure Kolleginnen und Kollegen aber tatsächlich zum Beitritt bewegen wollt, trifft ihr sie am besten persönlich.

Das mag zunächst altmodisch klingen. Schließlich kostet ein Gespräch unter vier Augen vergleichsweise viel Zeit. Und die ist gerade für ehrenamtlich Engagierte im betrieblichen Alltag ein kostbares Gut. Aber nichts überzeugt andere so sehr wie der direkte Dialog. Nur auf diesem Weg kannst du gezielt Rückfragen stellen, auf Unklarheiten eingehen und möglichen Einwänden unmittelbar begegnen. Du kannst deine Kompetenz demonstrieren, Vertrauen aufbauen und Sympathien gewinnen.

Auch wenn die ersten Werbegespräche nicht gleich optimal verlaufen sollten: Lasst euch nicht abschrecken. Mit jedem Gespräch werdet ihr souveräner und überzeugender.

SCHRITT 1:

VORBEREITEN

Plane den Termin. Lege dir die Inhalte zu-recht. Wähle das passende Material.

SCHRITT 2:

KONTAKT AUFBAUEN

Tritt offen und selbstbewusst auf. Begegne deinem Gegenüber interessiert.

SCHRITT 3:

ZUHÖREN

Sei neugierig und zeige Interesse.

SCHRITT 4:

ARGUMENTIEREN

Halte die richtigen Argumente bereit und nimm Einwände ernst.

SCHRITT 5:

ABSCHLIESSEN

Fasse das Gespräch zusammen und triff eine verbindliche Verabredung.

SCHRITT 6:

AUSWERTEN UND DRANBLEIBEN

Reflektiere das Gespräch. Halte Abmachungen ein und melde dich zurück.

ABLAUF EINES WERBEGESPRÄCHS

PERSÖNLICH MITGLIEDER GEWINNEN

1

VORBEREITEN

Schritt 1: Vorbereiten

- Plane Zeit, Ort und Gesprächsrahmen so, dass sich alle Beteiligten wohlfühlen.
- Denk dich in die Situation hinein und übe den Gesprächseinstieg.
- Lege dir die Inhalte und passende Argumente zurecht. Bereite dich auf mögliche Vorbehalte vor.
- Wähle das Material aus, das deine Argumente am besten unterstützt. Denk dran: Weniger ist oft mehr!

2

KONTAKT AUFBAUEN

Schritt 2: Kontakt aufbauen

- Tritt offen und authentisch auf. Lächeln nicht vergessen!
- Stelle dich kurz vor. Vergewissere dich, ob das Gespräch willkommen ist.
- Eine freundliche Geste und ein kurzer Smalltalk schaffen eine vertrauensvolle Atmosphäre.
- Leite offen und selbstbewusst zum Thema über. Bleibe auf Augenhöhe.
- Rede dein Gegenüber immer wieder mit dem Namen an.

3

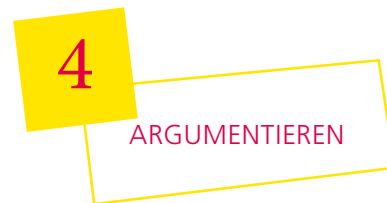
ZUHÖREN

Schritt 3: Zuhören

- Sei neugierig. Das macht sicher und gelassen.
- Offene Fragen liefern wertvolle Informationen: Wer? Wie? Was? Wozu? Warum?
- Gewinne Vertrauen, begründe deine Fragen: Ich frage, weil ...
- Zeige Interesse. Höre aktiv zu. Nicke zum Beispiel oder wiederhole das Gehörte mit eigenen Worten.

Schritt 4: Argumentieren

- Arbeite mit Beispielen, binde aktuelle Anlässe ein.
- Sprich sowohl Fakten und ver.di-Erfolge an, als auch Gefühle und Bedürfnisse.
- Betone den persönlichen Nutzen, konkret und anschaulich.
- Argumentiere schlüssig:
Behauptung – Begründung – Beispiel – Schlussfolgerung.
- Nimm Einwände ernst. Mehr dazu auf Seite 25.

**Schritt 5: Abschließen**

- Greife Interessen auf. Betone Gemeinsamkeiten. Bestärke Zustimmungstendenzen.
- Fasse das Gespräch zusammen und wiederhole den individuellen Nutzen des Beitritts.
- Begrüße neue Mitglieder; erkläre nächste Schritte.
- Verabrede ein Folgegespräch.
- Bedanke dich. Verabschiede dich freundlich.

**Schritt 6: Auswerten und dranbleiben**

- Reflektiere das Gespräch für dich. Sei ehrlich, aber nicht zu streng mit dir selbst.
- Tausche deine Erfahrungen mit deinem Team aus. Plane gleich das nächste Gespräch.
- Erkundige dich bei Neumitgliedern und bestärke sie: Gute Entscheidung!
- Biete dich als Ansprechperson an. Unterbreite Beteiligungsangebote.
- Halte Verabredungen ein. Bleibe verbindlich.



5

Viele Beschäftigte sind nur deshalb noch nicht bei ver.di, weil sie nie gefragt wurden.

Am besten überzeugst du andere persönlich und mit guten Argumenten. Einigen Vorbehalten und Einwänden wirst du immer wieder begegnen. Bereite dich mit deinem Team darauf vor, dann kannst du selbstbewusst und authentisch überzeugen.

ARGUMENTIEREN UND ÜBERZEUGEN

STARK IM PERSÖNLICHEN GESPRÄCH

Persönliche Gespräche verlaufen immer individuell. Dennoch werden euch bei der Mitgliedergewinnung bestimmte Einwände, Vorurteile und Fragen immer wieder begegnen. Die gängigsten Vorbehalte haben wir auf den folgenden Seiten zusammengetragen. In der Praxis werden diese wohl selten genau so formuliert. Umgekehrt sind auch die Antworten hier nur beispielhaft.

Argumente kennen, Sicherheit gewinnen

Im Gespräch mit den Kolleginnen und Kollegen wird jede und jeder selbst merken, welche Positionen eher mit Nachdruck formuliert sein müssen, und an welcher Stelle eher Zurückhaltung geboten ist. Mal überzeugt man mit Klartext. Mal kann eine Gegenfrage die richtige Antwort sein. Je besser ihr gute Argumente kennt, umso überzeugender könnt ihr im Gespräch auftreten. Lasst euch anregen. Probiert euch im Team aus und gewinnt an Sicherheit.

Noch ein wichtiger Hinweis: Argumente, die die aktuelle Situation und die gewerkschaftliche Arbeit vor Ort auf den Punkt bringen, fehlen hier in der Auflistung natürlich. Diese solltet ihr aber in keinem Gespräch vergessen. Und wenn ihr gute Arbeit im Betrieb oder in der Dienststelle leistet, sprecht darüber!

EINWÄNDEN BEGEGNEN

- VORWEGNEHMEN
»Sicher fragst du dich, ...«
- DURCH RÜCKFRAGEN ENTSCHÄRFEN
»Wie meinst du das genau?«
»Kannst du ein Beispiel geben?«
- POSITIV AUFWERTEN
»Okay, das kann ich verstehen.«
- UMWANDELN
»Du willst also sagen, dass ...?«
»Wir müssten also klären ...«
- AUF EIS LEGEN
»Das halten wir mal für später fest.«
- ABWÄGEN
»Ja, das stimmt natürlich einerseits.
Andererseits ...«
- OFFENE FRAGEN AUFNEHMEN
»Dazu weiß ich zu wenig. Ich informiere mich und gebe dir Bescheid.«

Tipp:

ver.di unterstützt euch mit vielen praxisnahen Tipps und hilfreichen Materialien, die ihr im Gespräch einsetzen könnt. Fragt einfach in eurem Bezirk oder Fachbereich nach. Mehr dazu ab Seite 34.

TARIFPOLITIK UND WIRKUNG

DAUERBRENNER IM WERBEGESPRÄCH

»DIE TARIFPOLITIK BRINGT ES NICHT!«

1. Das Kräfteverhältnis entscheidet über den Erfolg.
2. Mehr Mitglieder stärken die Durchsetzungskraft.
3. ver.di erkämpft mehr, als Arbeitgeber zunächst zugestehen.

„Die Tarifpolitik bringt es nicht!“

Das Ergebnis einer Tarifrunde entscheidet ver.di nicht allein, sondern das Kräfteverhältnis zwischen Arbeitgebern und Gewerkschaft. Je mehr Mitglieder wir haben, desto mehr können wir gemeinsam erreichen, durchsetzen, aber auch verhindern. Denn zu Verhandlungen gehören immer zwei. Am Ende geht es um einen Kompromiss. Auch die Arbeitgeber haben Forderungen. Längere Arbeitszeiten, Kürzungen von Zulagen, Ausgliederungen – vieles musste und konnte ver.di immer wieder abwehren. Wer meint, ver.di hole zu wenig heraus, der sollte wissen: Das, was vereinbart wird, liegt in der Regel deutlich über dem, was Arbeitgeber zunächst zugestehen wollten.

»AUF TARIFPOLITIK HABE ICH KEINEN EINFLUSS!«

1. Und ob! Aber nur als Mitglied!
2. ver.di ist demokratisch: Wer mitgestalten will, wo es lang geht, kann sich aktiv einbringen.

„Auf Tarifpolitik habe ich keinen Einfluss!“

Das stimmt. Jedenfalls solange man nicht Mitglied ist! Denn Mitglieder können sich an der Tarifpolitik von Anfang an beteiligen. Zum Auftakt einer Tarifrunde können sie über Art und Höhe der Forderungen diskutieren und über die Voraussetzungen, um diese Forderungen umzusetzen. Diese Diskussionen sind ein wichtiger Punkt für die Tarifkommissionen. Hier engagieren sich ehrenamtliche Kolleginnen und Kollegen aus den Betrieben und den Verwaltungen und gewährleisten so eine mitgliedernahe Tarifpolitik.

Noch wichtiger: Auch darüber, wann und wie lange gestreikt wird und welche Ergebnisse am Ende angenommen werden, entscheiden die Mitglieder demokratisch mit. Wer die Tarifpolitik beeinflussen will, muss also Mitglied werden.

Tipp:

Diskutiert Tarifpolitik am besten anhand aktueller Beispiele und erklärt, warum bestimmte Forderungen gestellt wurden und welche Argumente eine Rolle gespielt haben.



„Gewerkschaften können doch sowieso nichts erreichen!“

Wer glaubt, dass Arbeitgeber sowieso stärker seien und ver.di keine Macht habe, der vergisst: Gerechte Löhne und gute Arbeitsbedingungen fallen nicht vom Himmel. Kürzere Wochenarbeitszeiten, Lohnfortzahlungen im Krankheitsfall, Mutterschutz, Kündigungsschutz – dies und vieles mehr haben Gewerkschaften erstritten. Natürlich entscheidet nicht ver.di über Investitionen oder Produktionsverlagerungen. Aber wir können uns lautstark einmischen, wenn Arbeitgeber Entlassungen planen oder Lohnsenkungen durchsetzen wollen.

Wirtschaftlich schwierigere Zeiten sind ein Grund mehr, Mitglied zu werden! Denn jedes neue Mitglied macht ver.di stärker. Übrigens: Auch Arbeitgeber verlassen sich nicht auf ihre individuelle Stärke, sondern bündeln ihre Kräfte, z.B. in Arbeitgeberverbänden.

„Eine Gewerkschaft speziell für meinen Beruf bringt mir mehr!“

Es scheint zunächst einfacher, sich auf die eigene Berufsgruppe zu konzentrieren. Doch damit bekommen Arbeitgeber leichtes Spiel. Das ver.di-Prinzip „Ein Betrieb – eine Gewerkschaft“ verhindert, dass unterschiedliche Beschäftigtengruppen gegeneinander ausgespielt werden.

ver.di setzt auf Vielfalt und Miteinander. Dazu gehört die Abstimmung der unterschiedlichen Interessen. Kleinere Berufsgruppen können sich auf die Solidarität der starken verlassen. Denn nur eine große Gewerkschaft wie ver.di hat die Mitglieder und die Mittel, um auch einen Streik erfolgreich zu führen. Nicht zuletzt sind alle Beschäftigten eines Betriebes in ver.di bestens vertreten durch eigenständige Fachbereiche und Berufsgruppen, die mitgliedernah und kompetent arbeiten.

»GEWERKSCHAFTEN KÖNNEN DOCH SOWIESO NICHTS ERREICHEN!«

1. Nur eine starke Gewerkschaft kann Einkommen und Arbeitsbedingungen auch in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten sichern.
2. Jedes neue Mitglied macht ver.di stärker.

»EINE GEWERKSCHAFT SPEZIELL FÜR MEINEN BERUF BRINGT MIR MEHR!«

1. Kleinere Berufsgruppen können sich auf Solidarität verlassen.
2. Nur ver.di ist groß genug, um einen Streik erfolgreich zu führen.
3. Eigenständige Fachbereiche sichern die Interessen aller Berufsgruppen.

PERSÖNLICHE BEFÜRCHTUNGEN

NACHVOLLZIEHBAR, ABER ZU ENTKRÄFTEN

»WENN ICH MITGLIED WERDE, STEHE ICH AUF DER ABSCHUSSLISTE!«

1. Nur organisiert kann man sich gegen Willkür wehren.
2. Die Abstrafung des Gewerkschaftsbeitritts ist rechtswidrig.
3. ver.di berät und vertritt Mitglieder kostenlos.

„Wenn ich Mitglied werde, stehe ich auf der Abschussliste!“

Überall dort, wo der Beitritt in ver.di besonderen Mut erfordert, ist es umso wichtiger, Mitglied zu werden. Nur wer organisiert ist, kann sich mit Erfolg gegen die Willkür des Arbeitsgebers wehren.

Chefs, die gegen Gewerkschaftsmitglieder vorgehen, handeln rechtswidrig. Sie verstoßen gegen Artikel 9 des Grundgesetzes, der die Vereinigungsfreiheit garantiert. Kommt es hart auf hart, lassen wir niemanden allein. ver.di berät und vertritt Mitglieder auch im Einzelfall und setzt Ansprüche im Ernstfall vor Gericht durch. Das alles ist für Mitglieder kostenlos.

»ICH BIN NOCH IN DER PROBEZEIT!«

1. Auch in der Probezeit kann es zu Konflikten mit dem Arbeitgeber kommen.
2. Schutz hat nur, wer ver.di-Mitglied ist.
3. Mitgliedschaft muss nicht bekannt werden.

„Ich bin noch in der Probezeit!“

Abwarten gilt nicht! Auch wer in der Probezeit ist, braucht die Unterstützung von ver.di. Denn auch dann haben Beschäftigte neben den Pflichten auch Rechte. Wenn es zu Konflikten und Problemen mit dem Arbeitgeber kommt, ist nur geschützt, wer bei ver.di ist. Und geht es zum Ende der Probezeit um die richtige Eingruppierung, sollte niemand auf den Rat und die Unterstützung von ver.di verzichten.

Übrigens: Von der ver.di-Mitgliedschaft muss der Arbeitgeber nichts erfahren. Der Beitrag lässt sich bequem per Lastschrift abbuchen. ver.di geht grundsätzlich verantwortungsvoll und vertraulich mit den Daten um.

Tipp:

Persönliche Befürchtungen, dass eine Mitgliedschaft in ver.di beruflich schaden könnte, nehmen wir ernst. Seid verständnisvoll und argumentiert mit Fingerspitzengefühl.

„Ich will beruflich weiterkommen!“

Solidarität und Karriere schließen sich nicht aus. Arbeitgeber werden qualifizierte Fachkräfte nicht benachteiligen, nur weil sie Mitglied einer Gewerkschaft sind. Mit vielen kostenlosen und kostengünstigen Bildungsangeboten vergrößern Mitglieder zudem ihre Karrierechancen – ein klarer Vorteil gegenüber Nicht-Mitgliedern.

Auf den Schutz sollten auch Beschäftigte in höheren Positionen nicht verzichten. Der Rang in der betrieblichen Hierarchie ändert nichts daran, dass man auf Rechtsschutz und einen sicheren Arbeitsplatz angewiesen ist. Und nicht zuletzt gewinnt auch ver.di durch selbstbewusste Kolleginnen und Kollegen.

»ICH WILL BERUFLICH WEITERKOMMEN!«

1. Mitglieder haben Zugang zu Weiterbildung.
2. Auch wer vorwärts kommen will, braucht Rechtsschutz.
3. ver.di gewinnt durch kompetente Kolleginnen und Kollegen.

„Gewerkschaft? Brauche ich nicht!“

Wir haben nichts dagegen, dass Beschäftigte ihre Angelegenheiten selbst regeln. Im Gegenteil. Wir begrüßen es, wenn sie wissen, was sie wert sind und ihre Interessen selbstbewusst vertreten. Wie wichtig der Rückhalt der Gemeinschaft ist, merken viele aber erst, wenn sie Probleme bekommen. Sei es bei Konflikten mit dem Chef, bei ungerechter Bezahlung, bei Kündigung oder beim Abbau von Sozialleistungen. Wer erst dann Unterstützung bei ver.di sucht, kommt meist zu spät.

ver.di-Mitglieder können sich dagegen auf uns verlassen. Vertrauensleute im Betrieb oder mit ver.di vernetzte Personal- und Betriebsräte stehen Mitgliedern erfahren und kompetent zur Seite. Selbstbewusste Beschäftigte machen ver.di stark – und werden durch eine handlungsfähige Gewerkschaft noch stärker.

»GEWERKSCHAFT BRAUCHE ICH NICHT!«

1. Wie wichtig ver.di ist, merken viele erst bei Problemen.
2. Mitglieder können auf den Schutz von ver.di zählen.
3. Selbstbewusste Beschäftigte werden noch stärker.

KOSTEN UND NUTZEN

VIEL ZU BIETEN, VIEL ZU ERKLÄREN

»DER BEITRAG IST ZU HOCH!«

1. Der Beitrag ist fair, für alle gleich und steuerlich absetzbar.
2. Nur eine finanzkräftige Gewerkschaft ist handlungsfähig.
3. Kostenlose Leistungen rechnen sich.

„Der Beitrag ist zu hoch!“

Ein Prozent vom Bruttoeinkommen – das ist eine faire Formel für alle und gelebte Solidarität. Wer mehr verdient, zahlt mehr. Wer weniger verdient, zahlt weniger. Die Mitgliedsbeiträge sind die einzige Einnahmequelle von ver.di und garantieren Unabhängigkeit. Ohne sie wäre ver.di ein zahnlöser Tiger.

Nur damit können wir alle Aufgaben erfüllen: Tarifverhandlungen führen, Forderungen durchsetzen, Streikgeld zahlen und Gerichtskosten für unsere Mitglieder tragen. Der Beitrag rechnet sich nicht zuletzt durch kostenlose Leistungen wie Rechtsschutz, Lohnsteuerservice, Mietrechtsberatung und Weiterbildung.

»MITGLIED SEIN BRINGT DOCH NICHTS!«

1. Nur ver.di kann gerechte Löhne und gute Arbeitsbedingungen aushandeln.
2. Leistungen, Schutz und Beratung gibt es nur für Mitglieder.
3. ver.di lebt vom Mitmachen.

„Mitglied sein bringt doch nichts!“

Ohne Gewerkschaften sähe die Welt heute anders aus. Was viele für selbstverständlich halten, haben Gewerkschaften erst erkämpft. Das gilt es zu verteidigen und auszubauen! Nur Gewerkschaften können Tarifverhandlungen führen, bessere Einkommen aushandeln und soziale Leistungen wie Urlaub und Sonderzahlungen durchsetzen, die über dem liegen, was gesetzlich garantiert ist. Außerdem existieren viele gesetzliche Regelungen heute nur deshalb, weil sie gestern von den Gewerkschaften durchgesetzt wurden.

Zahlreiche Leistungen stehen exklusiv nur Mitgliedern zu, wie kostenlose Rechtsberatung und Rechtsschutz, Streikgeld oder Weiterbildung. Und das, was in den Betrieben und Verwaltungen läuft, bestimmen die vielen ver.di-Mitglieder als Betriebs- und Personalräte mit. Und wer sich über zu wenig Mitsprache und Mitwirkung beschwert, der sollte erst recht Mitglied werden. Denn nur wer mitmacht, kann mitentscheiden.

Tipp:

Um Kosten und Nutzen geht es in jedem Werbegespräch. Es gibt keinen Grund, darauf nicht offen zu antworten. Der Mitgliedsbeitrag ist gut investiertes Geld, ver.di-Leistungen können sich sehen lassen.

**„Tarifliche Leistungen erhalte ich auch ohne ver.di!“**

Ja, aber nur für Mitglieder sind sie garantiert. Arbeitgebern steht es frei, ob Tarifverträge, die sie mit ver.di schließen, auch für die Beschäftigten gelten sollen, die nicht gewerkschaftlich organisiert sind. In der Regel zahlen sie allen die tariflichen Leistungen. Sie wollen so verhindern, dass noch mehr Beschäftigte der Gewerkschaft beitreten. Unterm Strich ist es für Arbeitgeber „billiger“, wenn sie ver.di auf diese Weise schaden.

Wer es den Arbeitgebern nicht so einfach machen möchte, sollte Mitglied werden. Je stärker ver.di im Betrieb organisiert ist, desto besser können Forderungen durchgesetzt werden. Auf deren Gestaltung können wiederum nur Mitglieder Einfluss nehmen. Und nur wer ver.di angehört, profitiert von den Leistungen, die exklusiv für Mitglieder ausgehandelt werden.

„Gesetzliche Interessenvertretung reicht mir!“

Egal ob Betriebsrat, Personalrat, Mitarbeitervertretung oder JAV – gesetzliche Interessenvertretungen können nur nach geltenden Regelungen und Gesetzen handeln. Diese zu formulieren und durchzusetzen, schafft nur eine Gewerkschaft. Einkommen, Arbeitszeit, Urlaubsdauer oder die Übernahme von Auszubildenden setzt ver.di in Tarifverhandlungen durch. Betriebliche Interessenvertretungen können nur das herausholen, was der Tarifvertrag hergibt. Auch zu einem Streik kann und darf nur eine Gewerkschaft aufrufen.

Die Interessen von Beschäftigten sind dann optimal vertreten, wenn gesetzliche Interessenvertretung und Gewerkschaft Hand in Hand arbeiten. In betrieblichen Vertretungen engagieren sich mehrheitlich ver.di-Mitglieder. Aus gutem Grund, denn ver.di fördert ihre Aus- und Weiterbildung.

»TARIFLICHE LEISTUNGEN ERHALTE ICH AUCH OHNE VER.DI!«

1. Nur Mitgliedern sind tarifliche Leistungen garantiert.
2. Je stärker ver.di ist, desto durchsetzungsfähiger.
3. Nur Mitglieder können Forderungen mitgestalten.

»GESETZLICHE INTERESSENVERTRETUNG REICHT MIR!«

1. Eine gesetzliche Interessenvertretung greift zu kurz.
2. ver.di verhandelt Tarife und beeinflusst Gesetze.
3. Wer „Ja“ zur Interessenvertretung sagt, sagt „Ja“ zu ver.di.

ARGUMENTE AUS DER PRAXIS

DAMIT ÜBERZEUGEN WERBERINNEN UND WERBER

»Neue Kolleginnen
und Kollegen schnell
ansprechen!«

Herbert Lange



Herbert Lange spricht gezielt die Neuen im Betrieb an. „Ich spreche jeden an, der neu eingestellt wird. Sofort. Am besten am ersten Tag. Damit sich gar nicht erst die Haltung einschleicht, dass es auch ohne Gewerkschaftsmitgliedschaft geht. Ich gebe was zum Lesen mit und komme die darauffolgende Woche mal vorbei. Das ist ganz einfach. Im Grunde erkläre ich den Kollegen, welche Vorteile die Gewerkschaft und der Tarifvertrag bieten. Die meisten wissen doch so gut wie nichts von der Gewerkschaft und wurden auch nie darauf angesprochen.“



»Tarifarbeit ist im
Beitrag enthalten!«

Michael Poure

Michael Poure bereiten die „Gelben“ Sorgen, die als Billigheimer unterwegs sind. Er meint: „Wir müssen unsere Solidarität noch deutlicher herausstreichen und die Nachhaltigkeit betonen.“ Schließlich seien die billigen Splitterorganisationen gar nicht tariffähig. Und er verweist auf die vielen im Beitrag enthaltenen Zusatzleistungen.

»Zuhören und jeden
ernst nehmen!«

Gunhild Werling



„Man muss jeden Einzelnen ernst nehmen, sachlich bleiben und Wege zur Verbesserung aufzeigen können“, sagt Gunhild Werling. Die engagierte Gewerkschafterin überzeugt, indem sie zuhört, wo ihren Kolleginnen und Kollegen der Schuh drückt und was sie an den Arbeitsbedingungen stört. Dabei helfe oft das Thema Solidarität. „Wenn wir über solidarisches Verhalten diskutieren und darüber, was jede und jeder dazu beitragen kann, kommen wir Lösungswegen gemeinsam näher. Dazu gehört selbstverständlich auch die Mitgliedschaft in der Gewerkschaft.“



„Unser Putzmanager verdient 1.200 Euro und zahlt 12 Euro ver.di-Beitrag, der Feuerwehr-Kollege verdient 2.400 Euro und zahlt 24 Euro und die Bürgermeister erhalten 8.900 Euro und zahlen 89 Euro – jeder so viel, wie er kann. Damit finanzieren wir auch die Solidarität zu jenen, die mit Streiks für uns Beamtinnen und Beamten die Kohlen aus dem Feuer holen.“ Ulli Bohland hat viele Argumente für den fairen Beitrag. Zweifeln zeigt er seinen ver.di-Rechnungsordner als Beweis dafür, dass auch Gewerkschaftsarbeit bezahlt sein will.



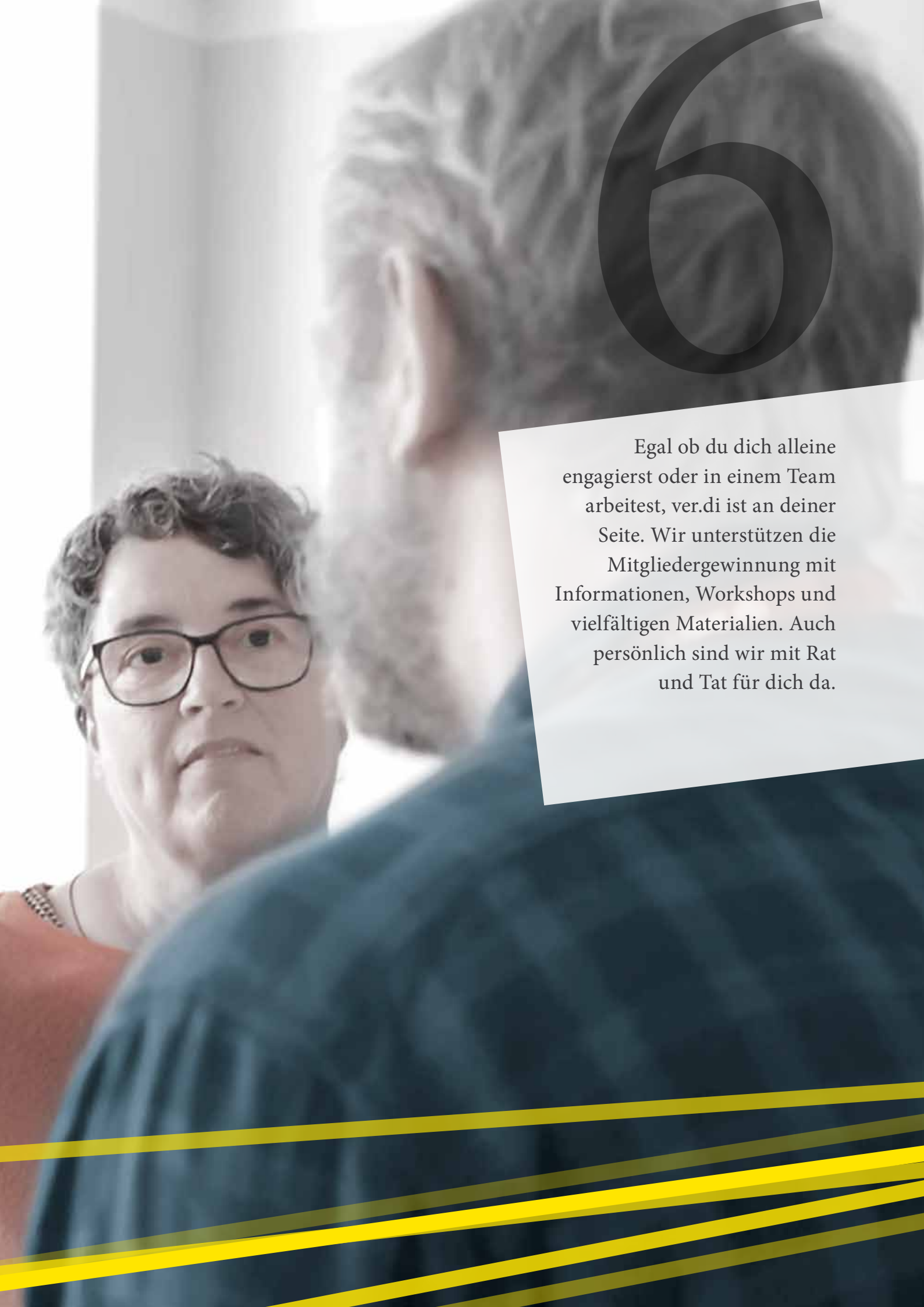
Marvin Reschinsky argumentiert mit der Zukunft: „Ihr habt jetzt die Möglichkeit eure Arbeit aufzuwerten. Nur wenn genügend Azubis mitziehen, können wir höhere Vergütungen durchsetzen und dann hast du deinen Mitgliedsbeitrag schnell wieder drin.“ Dazu gibt's kostenlos einen Internationalen Studentenausweis (ISIC), der an vielen Stellen beim Sparen hilft.



Da, wo Nina Rüter für ver.di wirbt, wiegt das Kostenargument besonders schwer. Die angehenden Physiotherapeutinnen am Uniklinikum Essen werden für ihre Arbeit auf der Station nicht entlohnt. Da entspricht „der ver.di-Beitrag von 2,50 Euro der Portion Nudeln für drei Tage.“ Ninas Ziel ist die Bezahlung der Arbeit von Gesundheits-Azubis. „Für eine bessere Zukunft müssen wir da jetzt durch – wir müssen viele sein, sonst nimmt uns keiner ernst“. Manchmal hilft das Werben im Schneeballsystem – die Werbeprämie von 15 Euro entspricht dem Beitrag eines halben Jahres.

6

Egal ob du dich alleine engagierst oder in einem Team arbeitest, ver.di ist an deiner Seite. Wir unterstützen die Mitgliedergewinnung mit Informationen, Workshops und vielfältigen Materialien. Auch persönlich sind wir mit Rat und Tat für dich da.



SERVICE UND KONTAKT

UNTERSTÜTZUNG FÜR DIE MITGLIEDERGEWINNUNG

Du machst dich stark und setzt dich ehrenamtlich dafür ein, dass ver.di wächst. ver.di steht dir und deinem Team mit Rat und Tat zur Seite, unterstützt euch mit vielen Informationen, Weiterbildungen und zahlreichen kostenlosen Materialien.

ver.di vor Ort

Wo immer du auch arbeitest – ver.di ist in deiner Nähe. Dein zuständiger ver.di-Bezirk, dein Fachbereich, die Vertrauensleute oder ver.di-Aktive in Betrieb oder Dienststelle sind die ersten Anlaufstellen, wann immer du Fragen hast oder Unterstützung benötigst. Sie helfen dabei, Gleichgesinnte vor Ort zu finden oder Erfahrungen mit anderen Werberinnen und Werbern auszutauschen. ver.di-Sekretärinnen und ver.di-Sekretäre begleiten auch bei den ersten Schritten und beraten bei der Planung von Werbeaktionen.

Der direkte Weg zu ver.di:

www.verdi.de/wegweiser/verdi-finden

Bereich MitgliederEntwicklung

Das Team des Bereichs MitgliederEntwicklung unterstützt dich und deine Kolleginnen und Kollegen mit praxisnahen Informationen und Tipps sowie Materialien für eure Aktionen.

Habt ihr Fragen? Schreibt uns einfach eine E-Mail:
me@verdi.de



ANSPRACHETRAINING

GIBT SICHERHEIT



Tipp:

Ein **Nachbereitungstreffen** drei bis sechs Monate nach dem ersten Workshop hilft, Erfahrungen auszuwerten und weitere Maßnahmen zu verabreden. Ihr könnt ein solches Treffen selbst organisieren oder mit Unterstützung von ver.di durchführen.

Kolleginnen und Kollegen persönlich anzusprechen, fällt nicht allen sofort leicht. Nicht wenige sind unsicher, auf andere zuzugehen oder auf Einwände selbstbewusst zu reagieren. Ein Ansprachetraining gibt Sicherheit in der Argumentation und im Auftreten.

Gemeinsam mit geschulten Referentinnen und Referenten erarbeitet ihr im Team Argumente für den Beitritt und trainiert den Umgang mit gängigen Vorbehalten praxisnah. Auch rechtliche Aspekte spielen eine Rolle, etwa die Frage, wann ihr Kolleginnen und Kollegen ansprechen könnt.

Am besten macht ihr ein Ansprachetraining **im Vorfeld der geplanten Aktionen**. Ratsam ist ein ganztägiger Workshop, aber auch kürzere Einheiten sind möglich. Wendet euch einfach an eure zuständigen ver.di-Sekretärinnen und ver.di-Sekretäre oder an euren Bezirk.

MATERIALIEN

PRAXISNAHE TIPPS

Materialien für die Mitgliedergewinnung

Es gibt viele Info-Materialien mit Tipps und Hinweisen für die Ansprache von Noch-Nicht-Mitgliedern und für den Einsatz bei verschiedenen Anlässen und Aktivitäten. Fragt in eurem ver.di-Bezirk nach oder schreibt uns eine E-Mail: me@verdi.de

Website mit Informationen und Downloads

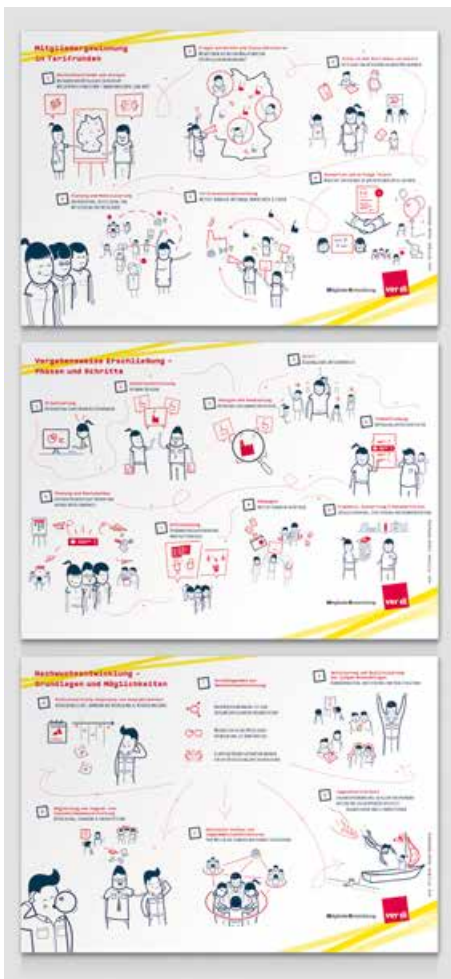
Auf unserer Website haben wir zahlreiche Informationen zur Mitgliedergewinnung zusammengestellt, darunter gute Argumente und Anregungen für Aktionen. Viele der vorgestellten Materialien kannst du auf starkmitdir.verdi.de kostenlos herunterladen.



Den Flyer „Gute Gründe, dabei zu sein“ gibt es in 13 unterschiedlichen Sprachen. Der Flyer „Mitglieder werben? Aber klar!“ bietet das Wichtigste zur Mitgliedergewinnung auf einen Blick.

MATERIALIEN

PRAXISNAHE TIPPS



Die Infografiken „Mitgliedergewinnung in Tarifrunden“, „Vorgehensweise Erschließung“ und „Nachwuchsentwicklung“ zeigen Phasen, Schritte und Möglichkeiten in einer Übersicht.



Die Broschüre „Stark mit dir“ bietet übersichtlich Fakten und Argumente für die Mitgliedergewinnung. Die Themenreihe „FokusMitglied“ bündelt Informationen aus der Praxis für die aktive Werbearbeit.



Die Postkarte „Herzlich Willkommen“ zur Begrüßung neuer Kolleginnen und Kollegen.



Der USB-Stick mit drei Praxisfilmen zur Mitgliedergewinnung. Die jeweils etwa zehn Minuten dauernden Filme geben Tipps zur persönlichen Ansprache möglicher ver.di-Mitglieder.



