

Liebe Kollegin, lieber Kollege,

mit dieser hier beschriebenen Systematik möchten wir euch bei der Mitgliedergewinnung unterstützen.

Am Anfang steht die Verständigung auf die Abteilung(-en), in denen ihr gezielt Kolleg*innen ansprechen wollt. Es ist sinnvoll sich im Vorfeld zu überlegen, in welchem Zeitraum diese Ansprachen stattfinden sollen. Dabei gilt es auf die eigenen zeitlichen Möglichkeiten zu achten. Dasselbe gilt für das angestrebte Ziel. Sich Gedanken darüber zu machen, wie viele neue Mitglieder gewonnen werden sollen (und ab wann man die eigene Aktivität als Erfolg ansieht) ist ebenfalls wichtig.

Dann geht es in die Feinplanung:

In der Abteilung „Nebenan“ arbeiten insgesamt 10 Kolleg*innen, die ihr im Verlauf eines Monats ansprechen möchtet. Die Namen sind bekannt und alle 10 Namen von Anne bis Xaver tragt ihr bzw. jede*r Einzelne in die (persönliche) Übersicht ein. Da ihr schon längere Zeit im Betrieb arbeitet, habt ihr wahrscheinlich schon mit einigen gesprochen und dabei war manchmal auch Gewerkschaft ein Thema. Deswegen habt ihr bei fast allen eine gewisse Einschätzung, wie sie zu ver.di stehen. Wohlgemerkt, das ist eine persönliche Einschätzung in Bezug auf Gewerkschaftsnähe und keine Bewertung der Person allgemein. Manche schätzen wir als aufgeschlossen und interessiert ein, andere haben ihr Desinteresse signalisiert. Bei manchen wissen wir es einfach nicht.

Soweit es uns möglich ist, haben wir damit eine erste Einschätzung vorgenommen. Und um das Leben nicht unnötig schwer zu machen spricht ihr zunächst die Kolleg*innen an, bei denen ihr davon ausgeht, dass sie an ver.di interessiert sind. Denn immerhin waren sie bei einer der letzten Aktivitäten dabei oder haben bei einer Diskussion über die nächste Tarifrunde kopfnickend zugehört. Und am ehesten gelingt es bei den Aufgeschlossenen und Interessierten erfolgreich zu sein und sie für die Mitgliedschaft in ver.di zu gewinnen. Denn zu Beginn einer systematischen Werbeaktion erfolgreich zu sein, tut immer gut. Überlegt euch im Vorfeld genau, ob ihr die, eurer Einschätzung nach, Desinteressierten oder Gewerkschaftsfeindlichen überhaupt ansprechen möchtet. Auf jeden Fall sollten die unentschiedenen Kolleg*innen und diejenigen von denen wir nichts wissen, angesprochen werden.

Nicht immer wollen die Angesprochenen gleich bei der ersten Ansprache Mitglied werden. Sie haben noch Nachfragen, wollen darüber nachdenken, sich mit der Familie abstimmen etc. Hier hilft gleich eine konkrete Verabredung für ein Folgetreffen zu vereinbaren (z.B. „dann komme ich nächsten Mittwoch wieder bei dir vorbei, okay?“). Bei diesem zweiten Treffen sollte dann eine klare Entscheidung getroffen werden. Nur in Ausnahmefällen sollten wir ein drittes Treffen vereinbaren. Das Signal ist: Auch unsere Zeit ist wichtig, aber es ist verständlich, dass man Nachfragen hat und überlegen muss.

Ab einem bestimmten Punkt gilt jedoch: Hopp oder Topp! Wir dokumentieren für uns, wann wir die Kollegin, den Kollegen angesprochen haben und wann wir den zweiten oder (im Ausnahmefall) dritten Termin haben.

Und am Ende steht das konkrete Ergebnis: Mitgliedschaft in ver.di ja/nein

Viel Erfolg bei der Ansprache und der Mitgliedergewinnung wünscht der Bereich Ansprache, Aktivierung und Bildungsarbeit (AABi)!

Der Bereich AABi bietet für die systematische Mitgliedergewinnung unterstützende Materialien an.

Die Broschüre:

- Gemeinsam Mitglieder gewinnen - Hilfreiche Tipps und Argumente



Die Flyer:

- Gute Gründe für ver.di
- Mitglieder werben? Na klar!

Kontakt: aabi@verdi.de

