

# Sammlung kreativer Ideen für gewerkschaftliche Aktionen nicht nur im Rahmen von Kampagnen für den Handel.

Die folgenden Aktionsideen sind mit Hilfe des Kampagnenberaters Ulrich Wohland, Industriepfarramt Mannheim, in einer Gewerkschaftskampagne vor ver.di-Gründung zusammengestellt und von unseren Kollegen aus dem Fachbereich 1 für den Handel ausgeliehen. Sie sind alle in der Praxis erprobt. Da verschiedene der Aktionen themenbezogen sind, ist nicht jede Aktion 1:1 auf den jeweils aktuellen Konflikt übertragbar. Ziel dieser Zusammenstellung ist es deshalb, Impulse / Anregungen zu geben für „eigene“ kreative Aktionen im Rahmen gewerkschaftlicher Auseinandersetzungen. Wer durch diese Sammlung noch nicht hinreichend inspiriert wird, dem empfehlen wir die 6-3-5 – Methode, die wir am Schluss des Textes vorstellen.

## ***Habe Arbeit brauche Geld***

Verkäuferinnen in Dienstkleidung „betteln“ vor dem Betrieb mit Schildern: „Habe Arbeit, brauche Geld“. Auf Infomaterial wird die Einkommenssituation Brutto/Netto und was zum Leben bleibt, von typischen Einzelhandelsbeschäftigten dargestellt. Kunden können Unterschriften für die Tarifrunde leisten.

## ***Holzkreuze für verlorene Arbeitsplätze***

Immer wieder eindrucksvoll ist die visuelle Darstellung, der in einem bestimmten Zeitraum abgebauten Arbeitsplätze. Eine besonders dramatische Form sind Holzkreuze, die an gut sichtbarer Stelle aufgestellt werden. Besonders dramatisch ist diese Aktion, wenn zu gleich die Gewinnsituation des Unternehmens oder Konzerns dargestellt wird.

## ***Bei uns ist die Stimmung zum Platzen - Platzkonzert***

Besteht die Gelegenheit mit Musikinstrumenten - besonders geeignet sind Blasinstrumente – öffentliche auf die Ziele der Kampagnen aufmerksam zu machen, so kann dies unter der obigen Überschrift geschehen. Die Musik dient als Anlass, unüberhörbar auf das Anliegen der Kampagne z.B. mittels Flugblättern aufmerksam zu machen.

## ***Eieruhr***

Das Symbol der Eieruhr eignet sich als Anstecker für die Kampagne. Das Geld wird immer weniger und die Zeit, die uns zur Verfügung steht verrinnt. Eine große Eieruhr aus Pappe kann sich auch als Blickfang auf Betriebsversammlungen oder Infoveranstaltungen eignen.

## ***Fahrrad-Ralley***

Zu verschiedenen Banken fahren und dort mit den Kolleg/innen ins Gespräch kommen. Auch können symbolische Standort angefahren werden, wie die Börse, die IHK usw. Jeweils kurze Impulsreferate, wie die Situation innerhalb der Bank z.B. zum Thema Wochenend- und Feiertagsarbeit aussieht. Bei diesem Thema empfiehlt es sich auch kirchliche Einrichtungen anzufahren. Schön ist es, wenn jeweils Betriebsräte oder Kirchenvertreter/innen die Radfahrer/innen kurz begrüßen.

## ***Die "Scheinheiligen"- Straßentheater***

Gut gekleidete Damen und Herren spielen Straßentheater oder treten mit einem kurzen Sketch auf einer Betriebsversammlung auf. Alle haben einen großen Geldschein auf der Stirn kleben, als Brett vor dem Kopf, als Schein der die Sicht behindert und als Ausdruck, was sich hinter der Stirn abspielt.

## ***Die Meinungswand***

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

Die Kolleg/innen oder auch die Öffentlichkeit können ihre Meinung zu einer der Kampagnenforderung darauf eintragen. Die inhaltliche Auseinandersetzung ist garantiert und anderer Infomaterialien können

nachgeschoben werden. Eine Variante davon ist die, alle Forderungen auf so eine Pinnwand zu schreiben und mit Möglichkeiten zum ankreuzen für die Kolleg/innen zu versehen.:  
"Finde ich gut", "Will mehr Informationen", "Was soll der Blödsinn" usw.

### ***Hauswurfsendungen***

In die Haushalte um einen Betrieb herum oder in einzelnen Stadtteilen, wo sich ein Betrieb befindet, der sich an der Kampagne beteiligt. Die Hauswurfsendung kann auch als quasi offizielles Anschreiben des Betriebes oder als Werbung bzw. leicht verfremdet entworfen werden.

### ***Gewinnberge und Arbeitsplatzschrumpfung***

Ein Hügel aus Pappkartons (Umzugskartons) stellt die Arbeitsplätze in einem Betrieb darstellt. Jeweils vorne steht drauf: "Ich bin 10 Arbeitsplätze" Dann werden Kartons weggenommen und zu einen wachsenden Berg von Gewinnen gelegt Auf der anderen Seite klebt "Ich bin 1 Million DM Gewinn für Aktionäre und Vorstände". Diese Seite wird nun sichtbar. Für jeweils 100 abgebauter Arbeitsplätze gibt es einen Trostlutscher oder einen Besucherschein im Arbeitsamt. Aktion, die sich in der Öffentlichkeit oder auch auf Betriebsversammlungen durchführen lässt.

### ***Gedenksteinenthüllung***

Hier gingen von März 2000 bis 2007 2500 Arbeitsplätze verloren. Wir erinnern dieser Arbeitsplätze in Trauer und Wut.

### ***Tanz ums Goldene Kalb***

Es ist etwa aufwendig aber gleichwohl sehr öffentlichkeitswirksam ein großes Goldenes Kalb zu bauen. Dann kann ein öffentlicher Tanz ums Kalb stattfinden, das mit den Signet des Konzerns geschmückt ist und dem Sprüchen wie: "Hier geht es nur um Rendite und Profit nicht um die Menschen" usw.

### ***Geldscheine verteilen***

Geldscheine verteilen mit dem durchschnittlichen Verdienst einer Verkäuferin.

### ***Das "Demokratische Mikrophon"***

Vorbeigehendes Publikum wird aufgefordert über ein Mikrophon an einem Podest angebracht ihrer Meinung zu den Aktionen kund zu tun.

### ***Beratungsbörse***

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

### ***Der visuelle Vortrag***

Vortragende bei Betriebsversammlungen sollten sich angewöhnen, Teile ihres Vortrag zu visualisieren. Dazu bieten sich Kärtchen, auf die wesentliche Stichworte des Vortrags notiert sind, oder Plakate auf die Teile aus Informationsmaterialien hochkopiert worden sind. Gerade wenn es nicht nur um Information der Kolleg/innen geht, sondern um Mobilisierung zu Aktivitäten - und dies ist bei Kampagnen immer der Fall - sollten auch Vorträge die Rituale sonstiger Informationsvermittlung durchbrechen.

### ***Erst fragen - dann informieren***

Fragen auf einer großen Pinnwand stellen, Fragen die Passanten ansprechen. Was vermuten Sie: Wie viele Arbeitsplätze ließen sich im Betrieb XY schaffen, wenn alle Überstunden in Arbeitsplätze umgeformt werden würden?" Antworten notieren lassen.

### ***Bodenzeitung statt Infotische***

Eine sehr aktivierende Form der Befragung aber auch der Information sind so genannte Bodenzeitungen. Auf einer langen Papierrolle werden Fragen oder Informationen an die Kolleg/innen oder die Passanten formuliert.

### **Zahlen sichtbar machen**

Kartons die langsam geschichtet werden zu einer Statistiksäule z.B. zu den Gewinn des Unternehmens/Konzerns oder auch den Gehältern verschiedener Arbeitnehmergruppen. Darüber auf einer großen Wandzeitung die Frage: "Habe sie das gewusst, was sagen sie dazu?"

### **Unterschriftensammlung**

Über eine Bodenzeitung lassen sich gut Unterschriften sammeln sowohl bei Betriebsversammlungen aber auch bei Infoständen.

### **Schwarz weiß malen**

Mit unterschiedlich farbigem Papier lässt sich an einer Stelle, über die viele Menschen gehen müssen, ein Zebrastrreifen auslegen. Auf jedem Streifen sind Argumenten notiert einmal Pro und einmal Contra. Eine schöne Aktion um ein Thema mit großer Sicherheit z.B. in der Belegschaft zu verankern.

### **Auf den Weg bringen**

Informationen können im wörtlichen Sinne "auf den Weg" zum Adressanten gebracht werden, indem die Arbeitswege, auf denen die Kolleg/innen morgens zu ihrem Arbeitsplatz gehen, mit Plakaten geschmückt werden. Auf diesen Plakaten stehen Informationen zu der Kampagne. Diese Art der Informationsverbreitung eignet sich gut, wenn das Thema schon ein wenig in der Belegschaft verankert ist und auch, um die Anwohner eines Betriebes und die Öffentlichkeit davon zu informieren, welche Diskussionen in dem Betrieb gerade stattfinden.

### **Städtische Plakataktion durchführen**

Mit den Plakaten zur Kampagnen eine Plakataktion in der Stadt durchführen. Sollen vorrangig die Kolleg/innen angesprochen werden empfiehlt es sich, um einen Betrieb herum Plakate aufzuhängen. Die Diskussion innerhalb des Betriebes ist garantiert. Die Plakate sollten nur eine begrenzte Zeit hängen, sonst sehen sie bald zerschlissen aus, was ihre Funktion stark beeinträchtigt. Eigenhändig beschriftete Plakate wirken übrigens häufig überzeugender, als gedruckte Plakate.

### **Der wachsende Text**

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

### **Großflächendiskussion**

Etwa am Eingang zu einem Bürobereich oder vor eine Betriebsversammlung können große Wandzeitungen z.B. auf Stellwänden aufgestellt werden. Mittels Filsstift oder auch durch Klebepunkte, kann von den Kolleg/innen zu bestimmten Fragen Stellung bezogen werden.

### **"Alles Gute kommt von oben" oder "Umverteilen Jetzt!"**

Luftballons mit Geldscheinen gefüllt steigen auf und zerplatzen. So wird die Umverteilung von oben nach unten symbolisiert.

### **Der Geldsauger**

Ein großer Staub- bzw. Geldsauger - bedient von einem Herrn mit Zylinder und Zigarre - mit dem Signet eines Konzerns saugt Geldscheine auf, die unter die Menschen geworfen wurde oder geht in die Hosentaschen aus denen Geldscheine hervor schauen und saugt diese auf.

### ***"Mensch ärgere dich - nicht?"***

Mit realen Menschen (4x2) wird in der Fußgängerzone "Mensch ärgere dich nicht" gespielt. Mit Kreide sind die Wege gekennzeichnet. Die Unternehmer, erkennbar an entsprechender Kleidung mit den Signets der einzelnen Konzerne haben auf ihrem Würfel nur 6 und 5 und 4 stehen. Während die Menschen und Arbeitnehmer auf ihrem Würfel nur eine 1 und 2 und 3 stehen haben. Natürlich dürfen nur die Unternehmer rauswerfen! Wer rausgeworfen wurde, muss wieder von Vorne anfangen.

### ***Klagemauer***

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

### ***Sprayplakate***

Eine große öffentliche Plakatwand wird gemietet und unter Beteiligung der Presse mit Parolen und Forderungen der Kampagne besprüht, Die Aktion ist besonders medienwirksam unter Beteiligung von Prominenten. Falls keine öffentliche Wand gemietet werden kann, genügt es auch, ein selbst gezimmertes Gerüst mit Stoff bespannt an einem öffentlichem Platz zu besprühen. Dieses ist dann auch leicht bei verschiedenen Aktivitäten der Kampagne wieder neu aufzustellen.

### ***Demokette mit langem Seil und Plakaten***

Oft sind aktive Gruppen sehr klein, so dass eine richtige Demonstration nicht möglich ist. Doch auch kleine Gruppen können große Aufmerksamkeit erzielen, wenn sich die Beteiligten wie Perlen an der Perlenkette an einer Schnur aufreihen. Die Zwischenräume werden mit Plakaten behängt auf denen die Forderungen der Kampagne stehen. Gemeinsam geht man dann zu öffentlichen Plätzen oder Denkmälern, wo sich auch für die Presse interessante Fotos machen lassen.

### ***Slow walk***

Mehrere Menschen gehen im Schneckentempo durch die Fußgängerzone oder über den Markplatz. Sie haben Plakat-Sandwiches um den Hals oder tragen Schilder in der Hand mit den Forderungen der Kampagne.

### ***Speaker´s Corner***

Aktivist/innen stehen auf Podesten und rufen Forderungen an die Politiker/innen oder auch die Manager von Konzernen in die Menge der Passanten. Diese sollen stehen bleiben und in Diskussionen verwickelt werden.

### ***Seifenblasen statt Karriere***

An Infotischen zum Beispiel zum Arbeitsplatzabbau bei Einzelhandelsangestellten "Hier zerplatzen Lebensträume wie Seifenblasen" Seifenblasen schwirren um den Tisch oder auch Luftballons von denen immer wieder mal einer platzt.

### ***Menschenparolen***

Entweder mit bedruckten T-Shirts oder mit Sandwiches lassen sich an öffentlichen Plätzen gut Parolen und Slogans stellen. Pro Person ein Buchstabe.

### ***Mein Auto als Werbeträger***

Eine einfache, merkwürdigerweise selten praktizierte Aktion ist es, in die eigenen Autos die Plakate der Kampagne zu hängen.

### ***Dias ins Kino***

Auf einem Dia werden die wichtigsten Forderungen oder Aussagen der Kampagne fotografiert. Manche Kinos sind bereit, solche Dias sogar kostenlos ins Werbeprogramm aufzunehmen.

### ***Den Sozialstaat zu Grabe tragen***

Mittels eines schwarzen Sarges kann der Sozialstaat zu Grabe getragen werden. Die Totengräber sind als "Geldsäcke" und Kapitalisten erkennbar.

### ***Boxkampf***

Im Ring stehen mehrere Menschen mit outgesourceten Arbeitsplätze gegen einen Menschen mit Vollzeitarbeit.

Sichtbar z.B. durch entsprechende T-Shirts. Der Ringrichter ist als Arbeitgeber kenntlich und gibt Anweisungen, wie der Vollzeitarbeitsplatz zu bekämpfen ist. Besonders viele rechte Hacken sind angesagt! Nach einigen Kampfszenen ist der Vollzeitarbeitsplatz k.o. und wird zum Arbeitslosen umgezogen. Der Ringrichter verkündet die Konsequenzen finanziell, sozialpolitisch persönlich usw.. Am Ende präsentiert sich der Ringrichter selbst als der Sieger und hält ein Schild in die Höhe, wieviel Euro er pro Jahr durch diesen Kampf spart.

### ***Jede/r ist ein Künstler***

In Betrieben eine Plakataktion zu dem Thema der Kampagne durchführen. Bestimmt kennt jemand einen örtlichen Graphiker, der dabei helfen würde. Während einer Auseinandersetzung von Boehringer Mannheim entstanden gemeinsam mit Klaus Staeck dabei so gute Plakate, dass sie sogar in einer Ausstellung gezeigt wurden. Noch besser ist es freilich, mit diesen Plakaten öffentlich auf Plakatständern auf die Kampagne aufmerksam zu machen.

### ***Ver.di-Mützen und Buttons***

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

### ***Millionäre schaffen Arbeitsplätze***

Während einer öffentlichen Aktion tritt ein Unternehmer auf, Zigarre Zweireiher usw., der groß verkündet (Plakat, Megaphon) er schaffe neue Arbeitsplätze! Darauf strömen aus allen Ecken dienstbare Geister (u.U. überwiegend Frauen), die ihm die Schuhe putzen den schweren Geldkoffer tragen helfen, die Zigarre anzünden wollen, Sekt und Hummer anbieten usw., um ihn zum Schluss, in einer Sänfte über den Platz zu tragen. Die Dienstmänner und Dienstfrauen tragen neben ihrer jeweiligen Berufskleidung noch die Aufschrift "Jobs der Zukunft".

### ***Vorher - Nachher***

Vor Filialen, die massiv Vollzeitarbeitsplätze abgebaut hat oder die davon bedroht ist werden die Kund/innen beim Eintritt über die Situation der Beschäftigten in der Filiale informiert. Auf der einen Seite stehen Beschäftigte mit einem Sandwich "Vorher" auf der anderen Seite mit "Nachher", die zwei entsprechende Flugblätter austeilen.

### ***Reise nach Jerusalem***

Günstig als parallele Aktion zu einem öffentlichen Infotisch ist auch die Reise nach Jerusalem. Zu einer fetzigen Musik laufen alle um einen Kreis von komfortablen (Sitz-) Arbeitsplätzen. Auf jedem Stuhl hängt ein Plakat "Vollzeitarbeitsplatz" bei der Betrieb XY. Während die Kolleg/innen um die Sitzgruppe herumlaufen, wird immer wieder kurz bevor die Musik aussetzt, ein Stuhl weggenommen und große Wegweiser in Richtung Arbeitsamt überreicht.

### ***Zum in den Luft gehen.***

Auf Luftballons werden die Forderungen der Kampagne oder weitere Slogans aufgedruckt und an Kinder und Passanten verteilt.

### ***Lasst 100 Plakate sprechen***

Plakatwände in U-Bahnstationen öffentlichen Plätzen anmieten und dann selber bemalen.

### ***Unternehmer Not lindern***

Vor Unternehmen, die aufgrund des Konkurrenzdrucks und der Standortprobleme viele Arbeitsverhältnisse abbauen "mussten" mit einer Spendendose Spenden für Not leidende Unternehmer sammeln. Gleichzeitig über die Gewinnsituation des Unternehmens oder die Expansionsbestrebungen aufklären.

### **Call Aktion**

Über die örtliche Presse groß angekündigt (mit Fotos der Ansprechpartner/innen usw., wird von ver.di eine Infoaktion (Hotline), zu den Themen der Kampagne durchgeführt. Nebenbei bemerkt: über solche Aktionen gewinnt ver.di auch wertvolles Material über die Beschäftigungssituation in den Betrieben. Auch werden Unorganisierte auf diesem Weg häufig leichter angesprochen als im Betrieb. Gute Form der Verankerung eines Themas in einem Betrieb gerade auch wenn die am meisten gestellten Fragen als Flugblatt nachher wieder in die Betrieb zurückgemeldet werden.

### **Der große Wurf**

Auf großen Dosen stehen Argumente der Arbeitgeber zu den Kampagnenthemen. Auf den Wurfbällen stehen Argumente und Slogans dagegen. Wer alle Dosen mit einem Wurf abräumt, bekommt ein Präsent z.B. einen ver.di-Kuli oder ein ver.di-Feuerzeug und dergleichen.

### **Vermessung des Profitberges**

In jeder Stadt gibt es einen großen Platz. Dort können mit Bergen aus Kartons mit viel Messgeräten, Werkzeugen, großen Tabellen die Umsatzzahlen und Gewinne und Wachstumsraten der Konzerne bzw. dem Lohnzuwachs der Angestellten demonstriert werden.

### **Aktivierende Befragung**

Mittels eines Fragebogens werden Passanten in einer Fußgängerzone oder einem ausgewählten Betrieb über ihre Wünsche bezüglich qualifizierter Beratung und ihrem Wissen zu den Forderungen und Themen der Kampagne befragt.

### **Wischen fürs Leben.**

An einer Ampelanlage bieten Scheibenwischer ihre Dienste an. Sie tragen ein Sandwich. Vorne: "Tagsüber beim Betrieb X/Y" Auf dem Rücken: "Abends ein 400 Euro-Job". Parallel dazu stehen Kolleg/innen mit großen Transparenten an der Straße z.B. mit dem Slogan "Sieht so die schöne neue Dienstleistungsgesellschaft der Zukunft aus?"

### **Aktion überstundenfreier Betrieb**

Unter den Kolleg/innen werden Flugblätter verteilt, wie viele Überstunden es in ihrer Filiale gibt und wie viele Arbeitsplätze bei einem entsprechenden Abbau geschaffen werden könnten.

### **Wochenend- und Feiertagsarbeit - eine Mausefalle**

An einem Infotisch werden normale (wenn möglich eine große überdimensionierte) Mausefallen aufgebaut. Als "Speck" gilt es, kleine Vergütungsplätzchen zu erhaschen. Bei dem Versuch das Vergütungsplätzchen zu erhalten schnappt die Falle zu. Statt dem Plätzchen werden Kärtchen überreicht mit den drohenden Verschlechterungen, wann und wie oft zukünftig Wochenenden und Feiertage zu Regelarbeitstagen werden können.

### **Springen nach Arbeitsplätzen**

Bei einer öffentlichen Aktion z.B. Infotisch, werden an einem Seil zusammengerollte Arbeitsverträge befestigt. Wenn man hoch genug springt, kann man eine Rollen abreißen d.h. einen Arbeitsplatz ergattern.

Es werden wenige Vollzeit Arbeitsplätze ("Sie Glückspilz... ") angeboten, aber viele Jobs ("Leider, Leider...") minderer Qualität oder mit hohen Anforderungen an Zeitflexibilität, Wochenendarbeit usw. angeboten. Man kann aber auch gleich eine totale Niete ziehen, z.B. einen "Besuch im Arbeitsamt", aber auch Sonderpreise, wie ein Mitgliedsantrag bei der ver.di gewinnen.

Die Seile sollten so gespannt sein, dass sie von einem "Arbeitgeber" hoch und runter gezogen werden können. Für Kinder lassen sich auch Brezeln und Lutscher u.ä. daran befestigen.

### ***Stressmessung***

Kostenlose Pulsmessung an einem Infotisch. Kann zum Anlass genommen werden, die Fragen der Stresserhöhung und der gesundheitlichen Beeinträchtigungen zu thematisieren, die durch Wochenend- und Feiertagsarbeit und durch Überstunden entstehen können.

### ***Peanuts für alle***

An den Kolleg/innen werden Erdnusspäckchen verteilt mit der Aufschrift "Peanuts für alle aber bald kein Weihnachtsgeld?"

### ***Stellenanzeigen der von Entlassung bedrohten Kolleg/innen***

Geht es um Arbeitsplatzabbau ist bisweilen schon eine höchst dramatisierende Aktionsform, wenn von Kolleginnen die abgebaut werden sollen ihre Bewerbungen auf andere Arbeitsplätze am schwarzen Brett aufgehängt werden.

### ***Pressekonferenz vor dem Betrieb***

Pressekonferenzen an öffentlichen Orten z.B. vor einem Betrieb geben immer ein gutes Bild für die Medien und garantieren eine Bericht in der örtlichen Zeitung und entsprechende Reaktionen seitens der Unternehmensleitung.

### ***Schweizer Konzernkekse***

Kekse mit Loch verteilen: "Dieser Anteil könnte an ihrem nächsten Jahresgehalt fehlen". Je nach Orientierung der Kampagne können kleine Zettelchen mit Infos oder Forderungen etwa zum Thema Weihnachtsgeld an die Kekse gehängt werden Ähnliches ist auch mit Öre-Stücke möglich oder mit Euro oder ECU Stücken. Löcher reinbohren und mit der entsprechenden Kommentaren verteilen.

### ***Wir transportieren Forderungen***

Die auf große Pappkartons aufgeklebten Forderungen werden von der Betriebsgruppe mit Sackkarren durch den Betrieb zur Geschäftsleitung transportiert und dort übergeben.

### ***Morgen kommt der Weihnachtsmann...***

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

### ***Unser Schnee von morgen***

Schneemann vor der Personaleingangstür aufbauen. Wir wollen nicht, das Ihr Gehalt dahin schmilzt.

### ***"Experten" glaubt man eher***

Experten von außen mit ihrem Sachverstand als Argumentationshilfe hinzuziehen um den BR/ver.di-Standpunkt zu Kampagnenthemen zu verdeutlichen.

### ***Glück gehabt***

Aktion: wir stimmen dem Vorschlag der Arbeitgeber zu, weil nur 30 % der Einzelhandelsbeschäftigten gewerkschaftlich organisiert sind.

### ***Weihnachtstombola***

Weihnachtsmann verteilt Leistungslohn indem er willkürlich aus einer Tombola Berechtigungsscheine zieht, natürlich gibt es auch viele Nieten.

### ***Munteres Gehälter schätzen***

In der Öffentlichkeit, etwa an einem Infotisch können Passanten die Gehälter schätzen, zum Beispiel von einer Kassiererin und einem Vorstand. Diese Aktion ist in unterschiedlichen Varianten möglich. Immer

ver.di Fachbereich Handel  
Landesbezirk Bayern

wenn gerade 4-5 Personen beisammen stehen. Wer dem realen Werten am nächsten kommt, erhält ein kleines Präsent. Oder man macht ein Preisausschreiben mit auszufüllenden Adresskärtchen und am Ende vom Infotisch werden aus einem großen Topf die Gewinner herausgezogen werden.

### ***Jedem das seine***

Auf einer Badewanne mit Geld steht groß geschrieben "Arbeitgeber" daneben steht ein Eimer mit Geld gefüllt und der Aufschrift "Arbeitnehmer".

### ***Der gläserne Unternehmer***

Vom Betriebsrat aus, wird ein Brief an Vorstandsvorsitzende formuliert mit der Bitte um Offenlegung seines Gehaltes. Der Brief kursiert im Betrieb.

### ***Vom Winde verweht***

Luftballons fliegen lassen mit einem symbolischen Gehalt in Plastiktüte: "Arbeitgeber schreiben das Weihnachtsgeld in den Wind; wo es landet, ist Glückssache." Eine schöne Aktion zum Beispiel am Ende einer themenbezogenen Pressekonferenz.

### ***Lasst die Kinde zu mir kommen***

Die Kinder von Beschäftigten am Samstag in den Betrieb ins Betriebsratsbüro zu einem Kindertag mit entsprechenden Aktionen Malen usw. einladen. Wer wird sich um uns kümmern, wenn alle am Samstag arbeiten müssen.

### ***Wie Schnee in der Sonne***

Einen Schneemann bauen und mit dem Spruch versehen: "Der Anspruch auf freies Wochenende - schmilzt dahin."

### ***Hand anlegen***

Es ist auch möglich eine Arbeitgeber aus Pappe mit Säge in der Hand an den Weihnachtsbaum im Betrieb stellen: "Hier wir an der Abschaffung des Weihnachtsgeltes gearbeitet".

### ***13. Monatsgehalt***

Bei Bestuhlung der Betriebsversammlung jeden 13. Stuhl streichen.

### ***Jim Knopf und ...***

Kopie der Buchseite „Lukas und die wilde 13" erstellen und die 13 durchstreichen.

### ***Morgen Kinder wirds nichts ...***

Aktion Flugblatt Weihnachten 1998 "Morgen Kinder wirds nichts geben" unser Chef ist so arm, er braucht unser Weihnachtsgeld.

### ***Weihnachten macht uns glücklich***

Aufputzmittel und Glücklichmacher-Präparate statt Weihnachtsgeld unter den Kolleg/innen verteilen.

### ***Arbeitgeberweihnachten***

Leerer Sack: Weihnachten für Angestellte nach Arbeitgeberart.

### ***Die Rund-um-die-Uhr- Gesellschaft***

An einem Infostand Aufklärung unter dem Titel verbreiten "Demnächst hier: 8-Tage-Woche und 26-Stunden-Tag.

### ***Aktion Platzreservierungen:***

Auf Betriebsversammlungen Plätze kenntlich freihalten für neue Kollegen/innen, um Personalmangel oder Arbeitsplatzabbau zu verdeutlichen.

### **Leistung muss wieder ... weh tun**

Köpfe in Schraubzwingen (Kunststoff-Spielzeug) zur Verdeutlichung des Leistungsdrucks.

### **Telefonaktion**

- a) Kolleginnen und Kollegen zur Mobilisierung gezielt telefonisch ansprechen. Beispielsweise kann im Rahmen einer Betriebsgruppenaktion eine Aufteilung nach Abteilungen vorgenommen werden.
- b) Kolleginnen und Kollegen anderer Institute anrufen, um Mobilisierung zu erreichen oder um die Telefonleitungen des Betriebes vorübergehend besetzt zu halten.

### **Patenschaften erklären**

Die Kolleg/innen von Banken, die nicht an der Kampagne beteiligt sind z.B. mit einer Flugblattaktion stellvertretend in die Kampagne einbeziehen: "Wir sprechen auch für euch".

### **Was er uns wohl Schönes bringt**

Weihnachtsmann verteilt Wochenendarbeit aus seinem großen Sack an die Kolleg/innen.

### **Weihnachtsüberraschung**

Flugblatt vor Weihnachten: „Genießen sie den 2. Weihnachtstag - es könnte der letzter im Kreis der Familie sein".

### **Der letzte Freie**

Aktionsflugblatt: den letzten freier Samstag, Sonntag bzw. Feiertag ausrufen.

### **Sägeaktion**

Ein Arbeitgeber sägt am Tannenbaum.

### **Was die Kirche sagt**

Kirchenwort zum Wochenende unter den Kolleg/innen verteilen.

### **Ein Gespenst geht um**

Bei gravierend negativen "Forderungen" der Arbeitgeber (z.B. Samstagsarbeit) sich mit einem Bettlaken als Gespenst verkleiden (möglichst mit einer ganzen Gruppe) und diese Arbeitgeber-Forderungen anprangern.

## **Kreativitätstechnik**

Immer wieder wird nach guten Ideen für Slogans und für Aktionen gesucht. Die mittlerweile klassische Methode ist das Brainstorming, bei dem eine Zeitlang unkommentiert alle Ideen z.B. für Aktionen oder für mögliche Mottos, an einer Wandzeitung gesammelt werden. Diese Methode ist gut, kann aber auch einmal durch die folgende Methode ersetzt werden.

### **Die 6-3-5 - Methode**

Methode zur kreativen Entwicklung von Aktionen

Diese Methode erleichtert die kreative Ideenfindung in Gruppen. Die Bezeichnung 6-3-5 bedeutet, dass z.B. 6 Personen je 3 Ideen auf ein Blatt Papier schreiben, das 5 mal reihum gereicht und vervollständigt

wird. Natürlich ist diese Methode auch bei einer anderen Personenzahl möglich.

Zum konkreten Ablauf:

\* Das Plenum wird in Gruppen zu vier bis sechs Teilnehmer/innen aufgeteilt.

ver.di Fachbereich Handel  
Landesbezirk Bayern

- \* Jede(r) bekommt ein Blatt Papier und hat fünf Minuten Zeit, drei Ideen aufzuschreiben. Ideenfluss hat dabei Vorrang vor Qualität, Phantasie hat Vorrang vor Realitätsnähe.
  - \* Das Blatt mit diesen Ideen wird im Uhrzeigersinn weitergegeben. Jede(r) bekommt so ein Blatt mit 3 Ideen und hat nun fünf Minuten Zeit, drei weitere Ideen hinzuzufügen. Dabei ist es erwünscht, sich von den Vorschlägen die bereits auf dem Blatt stehen, inspirieren zu lassen.
  - \* Nach fünf Minuten wird auch dieses Blatt im Uhrzeigersinn weitergegeben - wieder schreibt jede(r) drei neue Ideen unter die sechs, die bereits auf dem Blatt stehen.
  - \* Dies wird fortgesetzt, bis jedes Blatt einmal reihum gereicht wurde.
- Während eines Workshop für den Bankenbereich ging es darum, möglichst viele - auch schräge - Ideen aufzulisten, um Anregungen für betriebliche Aktionen zu geben. Mittels dieser Methode wurden in 30 Minuten 128 Ideen zur Ansprache der Belegschaften entwickelt. Sofern nur eine einzige davon Anregungen gibt für eine konkrete Aktion vor Ort, haben sich die 30 Minuten gelohnt!