

Warum Zielgruppenarbeit?

Unternehmen sind komplexe soziale Systeme, in denen die unterschiedlichsten Menschen arbeiten. Klar, dass dort ganz verschiedene Wünsche, Interessen und Lebenswelten aufeinander stoßen.

Weil die Vielfalt in der Arbeits- und Lebenswelt zunimmt, hat die IG BCE mit der Zielgruppenarbeit eine weitere Möglichkeit gewerkschaftlichen Engagements an der Basis geschaffen. Vielfältigkeit ist ein zentrales Merkmal der Zielgruppenarbeit. Deshalb können Zielgruppen, Themen und die Herangehensweisen von Betrieb zu Betrieb völlig unterschiedlich sein.

Mit der Zielgruppenarbeit können wir

Menschen gewinnen. Konkret, persönlich, direkt.

Ansprechpartner

IG BCE, Landesbezirk Baden-Württemberg

Stefan Fluri

Willi-Bleicher-Straße 20

70174 Stuttgart

Telefon: 0711 22916-0

lb.bawue@igbce.de

www.baden-wuerttemberg.igbce.de

Impressum

Herausgeber: Industriegewerkschaft
Bergbau, Chemie, Energie

Verantwortlich: Edeltraud Glänzer
Königsworther Platz 6
30167 Hannover

Redaktion: Michael Linnartz, Iris Wolf

Fotos: Privat

Konzept/Layout: hms69 kommunikation gmbh

Druck: BWH GmbH –
Die Publishing Company

Oktober 2009

Ausbilder als Multiplikatoren

Zielgruppen-Projekt: Ausbildungsbetriebe, Bezirk Ulm



4. Ordentlicher Gewerkschaftskongress der IG BCE
11. bis 16. Oktober 2009

Zielgruppe „Ausbilder“

Ausbilder sind eine wichtige Zielgruppe. Ihre Multiplikatorenrolle ermöglicht, Auszubildende schon zu Beginn ihrer beruflichen Karriere mit gewerkschaftlichen Themen vertraut und sensibel für faire Arbeitsbedingungen zu machen. Soweit die Theorie. In der Praxis konnten wir einige Hindernisse aufdecken, die einer erfolgreichen Werbung junger Menschen im Weg standen:

- Organisierten Betriebsräten fällt es zunehmend schwerer, eine geeignete Ansprache zu finden.
- In vielen Betriebsratsgremien gibt es zum Teil unorganisierte Betriebsräte.

Ziele definiert

Schlüssel zur Zielgruppe der Auszubildenden sind die Ausbilder. Können sie als Multiplikatoren für IG BCE-Botschaften gewonnen werden, ist der direkte Draht zum Nachwuchs geschaltet.



- Darstellung der IG BCE-Kompetenzen im Bereich bildungspolitischer Themen.
- Funktionierende Netzwerke unter dem Dach der Ausbildung aufbauen und ausbauen.
- Identifikation der Ausbilder mit IG BCE-Positionen herstellen oder, wo vorhanden, stärken.
- Ausbilder als Multiplikatoren für die Azubi-Werbung gewinnen.

Lösung umgesetzt

Eine Reihe von fachlich hochkarätigen Veranstaltungen war die beste Methode, unsere Ziele zu erreichen. Die Veranstaltungen waren als Mix offener Plattformen konzipiert und beinhalteten Ausbildungskonferenzen, Halbtagesveranstaltungen, Stammtische und weitere Informations- und Austauschbörsen.



Zu den Highlights des umfangreichen Programms zählten Diskussionen wie „Ausbildung und Berufsschulen. Es geht nicht ohne. Geht es mit?“ oder „Schnittstellen Prüfung-Schule-Betrieb – Die Politik sensibilisieren.“

Nächste Schritte geplant

Die hohe Nachfrage und äußerst positive Resonanz auf die vielfältigen Themenforen wurde abgerundet durch konkrete Erfolge. So brachte der Ausbilder des Unternehmens CFC Europe zu seiner zweiten Veranstaltung ausgefüllte Aufnahmescheine des kompletten Lehrjahres mit.

Unsere Erfahrungen zeigen, dass sich mit zielgruppenspezifischen Themen und einer kritischen, laufenden Prozessanpassung positive Ergebnisse und konkrete Aufnahmen erzielen lassen. Unsere Plattform, 2009 noch als Testballon gestartet, soll in den kommenden Jahren als feste Schnittstelle zwischen Ausbildern und der IG BCE etabliert werden. Die nächste wichtige Messung steht Mitte 2010 ins Haus: Dann werden wir bewerten, wie sich unsere Aktivitäten auf die Auszubildenden-Werbung ausgewirkt haben.