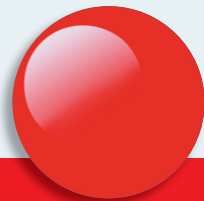


ZIELGRUPPENARBEIT

**Gute Arbeit.
Menschen gewinnen!**



Die IG BCE informiert über
ihre Zielgruppenarbeit



ZIELGRUPPENARBEIT

Gesellschaft und Arbeitswelt haben sich stark verändert – hin zu einer Vielfalt unterschiedlicher Lebensstile und Werteorientierungen. Auch die Belegschaften in den Unternehmen sind inzwischen deutlich ausdifferenzierter. Die betrieblichen Interessenvertretungen müssen sich diesen neuen Herausforderungen stellen. Betriebsratsarbeit ist komplexer geworden. Die Fragestellungen und Themen für die Interessenvertretungsgremien werden infolgedessen immer anspruchsvoller und zeitintensiver. Eine weitere Folgewirkung dieser Ausdifferenzierungen ist, dass sich unter Umständen einige Beschäftigtengruppen von der klassisch arbeitenden Interessenvertretung nicht mehr ausreichend angesprochen fühlen.

Um dem entgegenzuwirken, hat die IG BCE ihre traditionellen Arbeitsformen um die Zielgruppenarbeit ergänzt. Sie soll Themen unterschiedlicher Beschäftigtengruppen aufgreifen und Betroffene an der Problemlösung aktiv beteiligen. Wir schaffen damit neue Möglichkeiten für eine effektivere Betriebsratsarbeit, die den Beschäftigten gerecht wird und die die Gremien selbst in die Lage versetzt, auch bei knappen Ressourcen differenzierte Aufgabenstellungen bewältigen zu können sowie gemeinsam mit den Kolleginnen und Kollegen zentrale Fragen im Betrieb anzugehen.

Warum ist Zielgruppenarbeit ein sinnvolles Instrument?

Das Tagesgeschäft von Betriebsräten ist bereits vielfältig und zeitraubend. Deshalb bleiben Projekte häufig in der Phase »Man müsste mal ...« stecken. Und nun auch noch Zielgruppenarbeit? Ja, denn es gibt viele gute Gründe, Zielgruppenarbeit im Betrieb zu implementieren.

Zunächst einmal sind betriebliche Zielgruppenprojekte keine Konkurrenz zur Betriebsratsarbeit, sondern vielmehr eine sinnvolle Ergänzung. Diese Arbeitsform beteiligt Beschäftigte an betriebspolitischen Themen, die sie selbst und andere in ihrer konkreten Situation betreffen. Das wird zwar häufig als Konkurrenz zur Betriebsratsarbeit gesehen, ist es bei genauer Betrachtung aber nicht, sondern entpuppt sich häufig als belebendes Element.

Die Beteiligung der Betroffenen verbessert die Informationslage des Betriebsrates und macht dessen Entscheidungen besser nachvollziehbar. Die Zielgruppenarbeit dient also der Ergänzung und Verbesserung der Betriebsratsarbeit, ersetzt

sie aber nicht und wertet sie auch nicht ab. Durch diese Öffnung der Betriebsratsarbeit, vor allem gegenüber den Beschäftigtengruppen, die sich bisher durch die Interessenvertretung nicht angemessen vertreten gefühlt haben, kann sich die Stellung des Betriebsrates sogar deutlich verbessern.

Was sind betriebliche Zielgruppen?

Der Begriff der Zielgruppe kommt ursprünglich aus der Marktforschung. Eine Zielgruppe ist ein bestimmter Kreis von Menschen, den man direkt mit einem Thema ansprechen möchte. Die Mitglieder einer bestimmten Zielgruppe zeichnen sich durch ähnliche persönliche Merkmale, eine ähnliche Lebensweise oder vergleichbare Lebensstile aus. Daraus ergeben sich die gemeinsamen Interessen der Zielgruppenmitglieder.

Diese Fragestellungen können sich innerhalb eines Betriebes aber deutlich von den kollektiven Interessen aller Beschäftigten unterscheiden, ohne denen entgegengustehen. Es kann vorkommen, dass Interessen von bestimmten Beschäftigtengruppen durch den Betriebsrat als nicht vorrangig relevant eingestuft oder schlicht nicht erkannt werden.

Die Zielgruppenarbeit findet neue Beteiligungsformen und Anspracheinstrumente, um diese Beschäftigten in die Betriebsrats- und Gewerkschaftsarbeit einzubeziehen. Die unterschiedlichen Interessen der Beschäftigten werden aufgegriffen und sie selbst in die Bearbeitung ihrer Themen mit einbezogen.

Wichtige Voraussetzung ist dabei, die richtige Form der Ansprache (Augenhöhe) zu wählen und die Betroffenen frühzeitig einzubinden.

Welche betriebliche Vorgehensweise ist sinnvoll?

Jede Zielgruppe hat ein gemeinsames Profil, einen gemeinsamen Nenner. Das kann beispielsweise ein gemeinsames Thema (z. B. die Vereinbarkeit Beruf und Familie) sein. Meistens spielen aber mehrere Kriterien eine Rolle. Also nicht nur der Beschäftigtenstatus, sondern auch Merkmale wie Lebensform, Alter, Tätigkeit, Einkommen, Arbeitsbedingungen usw. Eine andere Art der Einteilung kann sich aus der Frage nach Problem- bzw. Interessenlagen ergeben. So kann beispielsweise in einem Pharmaunternehmen die Tätigkeit im Forschungsbereich das Kriterium für die Zielgruppe sein. Nicht der Beruf würde das Zielgruppenprofil definieren, sondern die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Abteilung.

Die Beispiele zeigen, wie unterschiedlich Zielgruppen zu bestimmen sind und dass sie sich von Unternehmen zu Unternehmen deutlich unterscheiden können. Lassen sich aus bundesweiten Analysen auch zentrale Gruppen ermitteln, gibt es doch immer wieder betriebs-spezifische Fragestellungen, die nicht verallgemeinerbar sind. Daher müssen zu Beginn einer zielgruppengerechten Arbeit im Betrieb als Erstes die Merkmale gefunden und benannt werden, die eine Gruppe von Beschäftigten als gemeinsam definiert. Klar ist, dass eine Zielgruppe nur durch ein zielgruppengerechtes Thema ansprechbar ist. Das heißt, das jeweilige Thema muss die Interessierten beschäftigen, ihnen unter den Nägeln brennen.

Dazu muss der Betriebsrat zunächst ermitteln, welches Thema welche Zielgruppe im Betrieb bewegt. Sinnvollerweise lassen sich an dieser Stelle – soweit vorhanden – die Vertrauensleute einbeziehen. Sie haben in der Regel das Ohr am Puls der Kolleginnen und Kollegen und können so Themen wie auch Stimmungen weitergeben. Ob man mit einem Thema auch tatsächlich richtig liegt, kann über schriftliche oder mündliche Befragungen ermittelt werden.

Matrix »Zielgruppen und Themen«

Einige Beispiele

| <i>Potenzielle Zielgruppen</i> <i>Themen der Betriebspolitik</i> | Schichtarbeiter/-innen | Beschäftigte mit Migrationshintergrund | Junge Akademiker/-innen | AT-Angestellte | Prekär Beschäftigte | Beschäftigte mit pflegebedürftigen Angehörigen | ... |
|---|------------------------|--|-------------------------|----------------|---------------------|--|-----|
| Befristung | | | | | X | | |
| Leiharbeit | | X | | | X | | |
| Ausstiegsmodelle | X | x | | | | | |
| Leistungsverdichtung | X | X | X | X | X | x | |
| Qualifikation | X | | | | | | |
| Information | X | | X | | X | X | |
| Arbeitszeiten | X | X | X | X | X | X | |
| ... | | | | | | | |

X = Themen für Zielgruppe relevant

Die Ergebnisse von DGB Potenzialstudie und Index Gute Arbeit eignen sich ebenfalls, um Themen bestimmter Zielgruppen zu identifizieren. Themen, die in den Betrieben immer wieder eine große Rolle spielen, sind:

- ▶ Vereinbarkeit von Beruf und Familie
- ▶ Ansprache und Betreuung von atypisch Beschäftigten (Leiharbeiternehmer/-innen, Befristete)
- ▶ alters- und altersgerechtes Arbeiten
- ▶ Umstellung im Schichtsystem
- ▶ Gesundheit im Betrieb
- ▶ Weiterbildung

Zielgruppenprojekte sind temporär und kommen somit den Interessen vieler Beschäftigter (die ein dauerhaftes Engagement scheuen) entgegen. Ist ein Thema bearbeitet, löst sich diese themenspezifische Zielgruppe wieder auf.

Steht nach der Befragung und der anschließenden Diskussion im Betriebsrat ein Thema fest, muss eine angemessene Aktionsform gewählt werden. Folgende Arbeitsformen können möglich sein:

- ▶ themenspezifische Arbeitskreise
- ▶ temporär befristete Projekte
- ▶ Kampagnen und betriebliche Aktionen
- ▶ spezielle Veranstaltungen
- ▶ Netzwerke
- ▶ Beratungsangebote
- ▶ ...

Es ist wichtig, eine Projektleitung und eine Projektgruppe zu haben, die sich im Idealfall komplett aus der Zielgruppe selbst rekrutiert. Darüber hinaus kommt es auf eine Konkretisierung der Ziele und eine vernünftige zeitliche Planung (Projektmanagement) an. Wird dies alles berücksichtigt, so steht einer erfolgreichen Einführung der Zielgruppenarbeit im Betrieb nichts mehr im Weg.

Wer kann bei der Zielgruppenarbeit mitmachen?

Grundsätzlich können alle Interessierten mitmachen. Wer eine Zielgruppe gründen oder ein bestimmtes Thema aufgreifen möchte, findet Unterstützung beim Betriebsrat, beim Vertrauensleutkörper und dem zuständigen Bezirk der IG BCE.



*Bezirks-Nr.: *Mitgl.-Nr.:

*Dieses wird von den Bezirken ausgefüllt.

Beitrittserklärung und Einzugsermächtigung

Name:

Vorname:

Geburtsdatum: m / w

PLZ/Wohnort:

Straße/Haus-Nr.:

Nationalität:

privat E-Mail:

Telefon:

Mobiltelefon:

dienstlich E-Mail:

Telefon:

Mobiltelefon:

Eintrittsdatum IG BCE:

Anlass des Eintritts:*

Übertritt/Vorgewerkschaft:

Monatl. Bruttoeinkommen/Eingruppierung:

Personalnummer:

BLZ/Konto-Nr.:

Bankinstitut:

Ich bevollmächtige die IG BCE meinen satzungsgemäßen Beitrag bei Fälligkeit

monatlich vierteljährlich

halbjährlich jährlich

von meinem Konto per Lastschrift abzubuchen oder durch Betriebsabzug über den Arbeitgeber bzw. die Arbeitgeberin von meinem Lohn bzw. Gehalt einzubehalten. Diese Ermächtigung gilt auch für jedes andere, auf meinen Namen lautende Konto bei jedwedem Kreditinstitut. Einen evtl. Widerruf werde ich bei der IG BCE vollziehen. Wenn mein Konto die erforderliche Deckung nicht aufweist, besteht seitens des kontoführenden Kreditinstituts keine Verpflichtung zur Einlösung.

* zum Beispiel: Tarifrunde, Kampagne, Werbesprach

Beschäftigt bei:

PLZ/Ort:

Tätigkeit:

Abteilung:

Berufsgruppe (Zutreffendes im Kreis ankreuzen)

- | | |
|--|---|
| 01 <input type="radio"/> Angelernte | 07 <input type="radio"/> AT-Angestellte: _____ |
| 02 <input type="radio"/> Handwerker/-innen und Facharbeiter/-innen | 08 <input type="radio"/> Angestellte im Außendienst |
| 03 <input type="radio"/> Chemotechniker/-innen und Laboranten bzw. Laborantinnen | 09 <input type="radio"/> Akademiker/-innen |
| 04 <input type="radio"/> Büroangestellte/Kaufleute | 10 <input type="radio"/> Leitende Angestellte |
| 05 <input type="radio"/> Meister/-innen | 11 <input type="radio"/> Atypische Beschäftigung: <input type="checkbox"/> Leiharbeiter/-innen |
| 06 <input type="radio"/> Technische Angestellte und Ingenieure bzw. Ingenieurinnen | <input type="checkbox"/> Befristet Beschäftigte |
| | 12 <input type="radio"/> Sonstige: _____ |

Ausbildungsbeginn (Monat/Jahr):

Ausbildungsjahr:

Ausbildungsende (Monat/Jahr):

Werber/-in:

Ich bin damit einverstanden, dass die von mir gemachten Angaben einschließlich evtl. Änderungen und Ergänzungen zur Erledigung aller im Zusammenhang mit der Mitgliedschaft stehenden Aufgaben, insbesondere der Mitgliederverwaltung, der Mitgliederinformation sowie des Beitragsabzugs im erforderlichen Umfang – auch durch Datenträgeraustausch – mithilfe von Computern (automatisiert) verarbeitet und genutzt werden können.

Datum Unterschrift

MITGLIED WERDEN LOHNT SICH!
auch unter
www.mitgliedwerden.igbce.de

Impressum

Herausgeber

IG Bergbau, Chemie, Energie
Vorstandsbereich 3
Abteilung Zielgruppen
Königsworther Platz 6
30167 Hannover
E-Mail: abt.zielgruppen@igbce.de

Redaktion

Abteilung Zielgruppen
Petra Adolph

Gesamtherstellung

BWH GmbH –
Die Publishing Company

April 2011/3. Auflage

INFO
POINT besser
informiert.

4/2011 Bestell-Nr. 