Vor Ort aktiv

3. Workshop Regionalforen in Bad Münder wird gut angenommen



Knapp 90 Teilnehmer haben sich zum 3. Workshop Regionalforen ins Wilhelm-Gefeller-Bildungs- und Tagungszentrum nach Bad Münder angemeldet und damit das rege Interesse an der aktiven Arbeit und Gestaltung der Regionalforen vor Ort unter Beweis gestellt!

Auf der Tagesordnung des zweitägigen Workshops standen die Themen Zusammenarbeit mit der Kommunalpolitik, Rechtsradikalismus (mit Schwerpunkt Frauen in der rechtsradikalen Szene), Öffentlichkeitsarbeit und Jugend. Ergänzt wurden sie durch Beispiele aus der täglichen Arbeit einzelner Regionalforen und Ortsgruppen, die exemplarisch für die Vielfalt der Arbeit vor Ort stehen. Beide Seminartage begleitend standen Experten Rede und Antwort, gaben Tipps und Anregungen.



In seiner Begrüßung lobte Jörg Leveringhaus, Abteilungsleiter Regionalforen, Vertrauensleute und Ortsgruppen, die Bedeutung der Arbeit der Regionalforen. "Auf dem Gewerkschaftskongress 2005 haben wir den Anstoß für die Bildung der Regionalforen gegeben", erinnerte er. "Das war wichtig für die Arbeit vor Ort und ist nach wie vor einzigartig in der Geschichte unserer Gewerkschaft". Leveringhaus betonte auch die besonderen Schwierigkeiten, vor denen die Kollegen in den Regionalforen stehen. "Geschenkt wird uns nichts. Durchsetzungsfähig sind wir nur gemeinsam", brachte der Abteilungsleiter Aufgabe und Stärke der Regionalforen auf einen Nenner. Umso bedeutender sei dies,

als auch die Probleme und Schwierigkeiten vor Ort vielfältig seien. Als Negativbeispiele nannte Leveringhaus die Geschehnisse rund um den Streik beim Hamburger Verpackungsunternehmen Neupack und das Schwarzbuch Kohle, in dem Greenpeace die Verflechtungen von Politik und Kohleunternehmen aufdeckt und dabei unter anderem den IG-BCE-Vorsitzenden Michael Vassiliadis des Lobbyismus beschuldigt. Gegen solche Entwicklungen müsse, und werde, man sich wehren. "Wir haben einen langen Atem", sagte Leveringhaus und machte damit klar: Das und Ähnliches wird sich die IG BCE nicht gefallen lassen. Dazu müsse man auch in den Regionalforen streiten, wenn es die Umstände erfordern, und bei Bedarf den Finger in die Wunde legen.

Abschließend forderte Leveringhaus die Teilnehmer auf, sich an der Woche des bürgerschaftlichen Engagements vom 10. bis 21. September – direkt vor der Bundestagswahl – mit eigenen Projekten zu beteiligen.

Marketing in eigener Sache

Zusammenarbeit Kommunalpolitik – Regionalforen



Henning Hesse, stellvertretender Stadtbürgermeister von Bad Salzdetfurth, war nach Bad Münder gekommen, um über seine Erfahrungen aus der Verzahnung von Kommunalpolitik und Regionalforen zu sprechen. Deren Ergebnisse brachte er in drei kurzen Formeln auf den Punkt:

1. Anlässe für die eigene Arbeit nutzen, die die Menschen in der Region bewegen oder belasten.

Als Beispiel aus eigener Anschauung nannte er unter anderem die Umstellung der Kaligewinnung bei K+S in Bad Salzdetfurth auf die Produktion von Katzenstreu. "Obwohl durch die Umstellung Arbeitsplätze weggefallen sind, konnten wir bei den Menschen vor Ort eine hohe Akzeptanz erreichen", sagte Hesse. "Weil wir das Expertenwissen der IG BCE vor Ort nutzen und sinnvoll aufklären konnten, und weil wir, gemeinsam, eine vorbildliche und vernünftige Kommunikation leisten konnten."

2. Themen aufgreifen, die emotionalisieren.

Als Beispiele nannte Hesse die Beschäftigung von Regaleinräumern im örtlichen Supermarkt per Werkvertrag oder die regionalen Auswirkungen der Energiewende. Aber, so betonte er auch, man dürfe solche Themen in der Vermittlung nicht zusätzlich emotionalisieren, sondern müsse sie objektiv behandeln.

3. Sich mitstreitende, verbündete Experten suchen und sich vernetzen.

Hesses grundsätzlicher Rat für die Zusammenarbeit von Kommunalpolitik und Regionalforen vor Ort lautet: "Direkt auf die Leute zugehen, neutral, unideologisch, themen- und sachbezogen, egal, ob sie politisch grün, schwarz oder rot sind. Parteiengezänk hilft nicht weiter." Es gehe vielmehr darum, die Scheuklappen abzunehmen – und strukturiert vorzugehen. Gegenüber den Ortsgruppen hätten die Regionalforen ein Pfund, mit dem sie wuchern könnten: Themen zu setzen. "Betreiben Sie Marketing in eigener Sache", riet Hesse deshalb den Anwesenden.

Besonderes Kennzeichen: Oft unerkannt

FORSCHUNGSNETZWERK
FRAUEN UND RECHTSEXTREMISMUS

Frauen in der rechtsradikalen Szene



Sie wirken im Stillen, in den Bereichen Erziehung und Bildung, engagieren sich im Elternrat, verteilen Kuchen auf dem Volksfest, unterscheiden sich auch äußerlich häufig nicht von ihren Geschlechtsgenossinnen – und dennoch sind Frauen in der rechtsradikalen Szene nicht weniger engagiert - wenn auch weniger in absoluten Zahlen - als ihre männlichen Pendants. Über das Phänomen selber, aber auch darüber, wie diese Frauen zu erkennen sind und was man gegen ihr

Wirken unternehmen kann, sprach Johanna Sigl vom Forschungsnetzwerk Frauen und Rechtsextremismus. Anschaulich machte sie zunächst am Beispiel Beate Zschäpe deutlich, wie wenig rechtsextremistisch engagierte Frauen noch von der Gesellschaft ernst genommen

werden, wie unsachlich, sexualisiert und damit entpolitisiert sie wahrgenommen und dargestellt werden. "Die Medien fragen sich eher, mit wem war die zusammen, wer hat im Untergrund den Abwasch gemacht, was trägt sie und wie kann sie so gut aussehen, statt nach den politischen Aktivitäten", brachte es Sigl auf den Punkt.

Dass diese Frauen sich tatsächlich nicht weniger engagieren als Männer im rechtsextremen Kontext, bewies Sigl in Bildern, mit Zahlen und Fakten: So liegt der Frauenanteil an rechtsextremem Einstellungspotenzial bei 50 Prozent, die weibliche Wählerschaft rechtsextremer Parteien beträgt konstant 33 Prozent, zehn bis 33 Prozent der Mitglieder rechtsextremer Organisationen, Cliquen und Kameradschaften sind Frauen, etwa 20 Prozent sind in rechtsextremen Parteien organisiert, und die weibliche Beteiligung von Frauen an rechtsextremistisch motivierten Straftaten beträgt fünf bis zehn Prozent.

Um diesen Tendenzen etwas entgegenzusetzen, riet Sigl den Teilnehmern, den Mund aufzumachen, rechtsextremen Äußerungen gegenzureden, sich gemeinsam zu engagieren und zu vernetzen – und sich zu informieren. Als Orientierungshilfe zu äußerlichen Kennzeichen rechtsextremistisch Engagierter empfiehlt sie die Broschüre "Versteckspiel – Lifestyle, Symbole und Codes von neonazistisch und extrem rechten Gruppen", für sechs Euro im Internet zu erhalten unter www.dasversteckspiel.de.

Informationen dazu, wie man auf rechtsextreme Äußerungen angemessen reagiert und sich gegen die Verbreitung von rechtsextremem Gedankengut engagiert, stellt auch der Kumpel-Verein "Die Gelbe Hand" der IG BCE zur Verfügung:

Unter www.gelbehand.de sind unter dem Menüpunkt "Publikationen" neben weiteren Materialien für die praktische Arbeit die Broschüren "Stopp, so nicht! Über den Umgang mit rechtsextremen Äußerungen", "Mut zur Zivilcourage" und "Aktiv werden gegen rechts" zu finden.

Erfolgreich vor Ort

Ortsgruppen und Regionalforen stellen Positivbeispiele ihrer Arbeit vor

1. "Rechtsextremismus": Ortsgruppe Düren.

Belon Certifice
Illinon: and Tapa guestion
With

Ulrich Titz berichtet mit Beispielen wie sich die OG Düren mit Ihrem Regionalforum Vorort mit zahlreichen Veranstaltungen gegen den sich dort breitmachenden Rechtsradikalismus mit Erfolg seit Jahren zur Wehr setzt. Ob es

Demos sind: "Wir sind Merken – Nazis sind es nicht!", "Biker gegen Rechts", "Familien Fest gegen Rechts", Bündnisses gegen Rechts "Bunt

statt Braun" oder Podiumsdiskusionen: "Mach meinen Kumpel



nicht an –

Diskriminierung im

Alltag" sind. Ihnen
gehen die Ideen und der

Atem nicht aus. Sie wollen klare Zeichen gegen Rechts, in der öffentlichen Meinungsbildung setzen!

2. "Schule und Beruf": Ortsgruppe Marsberg.

Die Ortsgruppe Marsberg hat zum ersten Mal an einer Hauptschule vor Ort – der Gemeinschaftshauptschule Marsberg –, mit 72 Schülern ein Ready-Steady-Go-Planspiel durchgeführt. Ziel war es, die Schüler auf ihre künftige Berufstätigkeit



vorzubereiten, sie in der Berufsorientierung zu begleiten und sie für Vorstellungsgespräche zu schulen. Dazu wurden in der Region ansässige Unternehmen gebeten, sich zu beteiligen – was beachtliche 30 Firmen schließlich taten. Auch Ämter und Institutionen wurden zur Mitarbeit gewonnen. Begleitend gab es eine Dokumentation, die im Rathaus sowie im Jugendbegegnungszentrum der Stadt Marsberg ausgestellt wurde. Im, positiven, Ergebnis konnte mit der Initiative die Zusammenarbeit von Schulen und Betrieben vor Ort gefördert werden, ein Jugendlicher konnte in ein Praktikum, zwei konnten in eine Ausbildung gebracht werden. Die Firmen wurden für die Situation der Auszubildenden vor Ort sensibilisiert, die Stadt Marsberg erstellte erstmals einen Ausbildungsatlas – und in diesem Juni wird es eine zweite Auflage des Planspiels geben.

3. "Neugründung" "Etablierung der Gewerkschaft vor Ort": Regionalf. Niederrhein.



Nach seiner Neugründung wurde das Regionalforum Niederrhein vom Betriebsrat von Kao Chemicals in Emmerich gebeten, ihn bei der Bekanntmachung der IG BCE und der Bindung von IG-BCE-Mitgliedern zu unterstützen. Das taten die Mitglieder des Regionalforums gerne und konnten mit zwei kreativen Aktionen punkten: Vor einer Betriebsversammlung verteilten sie Nikolaus-Tüten mit einem beiliegenden Zettel mit der Aufschrift "Wir

knacken harte Nüsse" mit Beispielen der IG-BCE-Arbeit vor Ort, an Ostern waren es Hasen in einem Einkaufszentrum unter dem Motto "Wir sind keine Angsthasen", ebenfalls mit Beispielen. Für drei Mitglieder, mit denen die Veranstalter dabei eher zufällig ins Gespräch kamen, boten die Aktionen Anlass, nach langer Abstinenz wieder bei einer Betriebsversammlung zu erscheinen.

"Lasst uns was ausprobieren!"

Zusammenarbeit Regionalforen – Jugend



Jugend und Regionalforen sollen stärker zusammenfinden und enger zusammenarbeiten – so lautet die Absicht für die künftige Jugend- und Regionalforenarbeit. Um diesen Plan mit einem offiziellen Auftakt in die Tat umzusetzen, war Jugendsekretär Michael Porschen Gast in Bad Münder. In seinem Beitrag machte er vor allem klar: Die Jugend von heute lässt sich nicht mehr klar definieren – weil sie vielfältig(er) geworden ist und ihre Interessen und Schwerpunkte so unterschiedlich sind wie

die einzelnen Gruppen selber. "Sie sind nicht pauschal einer politischen Richtung zuzuordnen, sondern stricken sich aus einzelnen Bausteinen ihre individuelle politische Haltung", so Porschen. Das habe natürlich Einfluss auf die Jugendarbeit: Nur wenn man dieser Vielfalt Rechnung trägt, kann sie erfolgreich sein - das wurde deutlich.

Porschen zeigte auf: Heute ist es nicht mehr "nur" erforderlich, die sogenannte "klassische Jugend", die Auszubildenden, anzusprechen, sondern auch um die (Dual-)Studierenden, die Auslernenden und jungen Facharbeiter zu werben. Die guckten sich allerdings ganz genau an, durch wen sie sich wie (politisch) vertreten lassen – weil sie sich am liebsten vertreten, selber machen wollten und sehr



nutzenorientiert dächten. Eine jüngst von der Abteilung Jugend unter 2700 Teilnehmern durchgeführte Befragung hat diese Ergebnisse (sehr deutlich) erbracht.



Für die "klassische IG-BCE-Jugend" zeigte insbesondere die Bezirksjugendkonferenz im Mai, welche Themen den Jugendlichen wichtig sind: unbefristete Übernahme, "Bildung besser machen", "Vom Europa der Märkte zu einem Europa der Menschen", Zukunftsgewerkschaft, Demografie und Sozialpolitik sowie die Zukunft der Industrie- und Energiepolitik.

Wie die Zusammenarbeit funktionieren kann, wurde im Plenum engagiert und angeregt diskutiert. Deutlich wurde dabei: In der Annäherung von Jugend und Regionalforen ist noch viel zu tun. Die Jugend unternimmt dazu bereits Anstrengungen: Mit dem Projekt "Junge Kompetenz" sollen ehemalige Jugendfunktionäre bewusst unter anderem in die Regionalforen gebracht werden. Und gerne sollen sich, wenn es nach Michael Porschen



geht, beide Gruppen auf gemeinsame Themen fokussieren und gemeinsame Projekte initiieren. Jörg Leveringhaus brachte es zum Abschluss auf den Punkt: "Lasst uns was ausprobieren. Wir können aus Fehlern nur lernen."

In den Fokus gerückt

Teil I - Öffentlichkeitsarbeit in kleinen und mittelständischen Unternehmen

Mit Kunst(stoff) punkten

Öffentlichkeitsarbeit Darüber. wie in kleinen und mittelständischen Unternehmen funktionieren kann, berichtete Hartmuth Baumann aus dem Bezirk Nordostbayern. Gemeinsam mit seinen Kollegen vor Ort hat er ein "professionelles und ganzheitliches" Marketingkonzept entwickelt, um - im Rahmen 2020" ..Zukunftsgewerkschaft der Maßgabe gezielt Kunststoffbetriebe in der Region zu erschließen und die IG BCE als "Die Kunststoffgewerkschaft" zu etablieren:





per Fahrzeugwerbung, mobilem Marketingexpress, T-Shirts, Plakataktionen, Videos, Werbespots, Streetbranding und Storytelling (kurz: Tu nicht nur Gutes, sondern rede auch darüber!). Deutlich werden soll, welche Branchen die IG BCE

vertritt, die für die Menschen vor Ort relevant und interessant sind. Der Einzelne soll spüren: "DU, als in einer unserer Branchen Beschäftigter, bist gemeint". "Dazu muss man Themen besetzen", empfiehlt Baumann, "auch ungewöhnliche Anknüpfungspunkte ausmachen, kreativ und durchaus auch plakativ sein". Gerade auf Symbole, einfache Botschaften, Zahlen sprängen zudem die Medien an. Wichtig sei, Netzwerke zu bilden und in Netzwerken zu arbeiten, etwa mit Schulen und Hochschulen, dem Landkreis, anderen Bündnissen, beispielsweise gegen Rechts, mit Kuratorien und anderen.



Als insbesondere für die Kunststoffindustrie zuständige Gewerkschafter haben die Mitarbeiter im Bezirk Nordostbayern einen besonderen Dreh gefunden, um Öffentlichkeit herzustellen: Sie spielen mit dem Begriff "Kunst", organisieren Ausstellungen, auch mit Arbeiten ihrer Beschäftigten, und bringen den Begriff "Kunst" in Verbindung mit der IG BCE.

Drei eigene Gleitschirme mit dem IG-BCE-Logo und kurzen, prägnanten Aufdrucken sorgen dafür, dass die IG BCE und die IG BCE vor Ort auch in der nordostbayerischen Luft nicht übersehen werden können.

Darüber hinaus nutzen Baumann und seine Kollegen Mittel, die auch den anderen Regionalforen natürlich nicht unbekannt sind: Sie organisieren Firmen- und Stadtläufe, sind in sozialen Netzwerken im Internet präsent, betreiben Medienwerbung und Sponsoring, um dem Bezirk ein Gesicht zu geben sowie die IG BCE, die Branchen, die sie vertritt und die Werte, für die sie steht, bekannt zu machen.



Dieses Gesamtkonzept geht offensichtlich auf: In den lokalen Medien findet die Arbeit der IG BCE Nordostbayern deutlichen Niederschlag.

In den Fokus gerückt Teil II - Von wegen: Öffentlichkeitsarbeit inkognito



Für Heiterkeit und viel Gelächter sorgte der launige Vortrag von Wolfgang Nafroth, PR- und Kommunikationsberater aus Verden, der Tipps gab und unkonventionelle Vorschläge für die Öffentlichkeitsarbeit in den Regionalforen machte. Unter dem Motto "Wir sind wer, deshalb sollten wir

auch gehört werden" riet er den Anwesenden: "Geht auf die Straße, geht in die Familien. Fallt auf, werdet tätig, regt die Menschen dazu an, dass über euch geredet und nachgedacht wird."

Egal ob mit einem Aktionstag begleitend zur Betriebsratswahl oder einer Aktion anlässlich der Bundestagswahl, um klar zu machen, was die Erwartungen der IG BCE an die kommenden Jahre, an die Wahl und die Politik sind, um welche Themen es ihrer Meinung nach in den nächsten Jahren gehen soll - Nafroth machte deutlich: Gelegenheiten, aktiv zu werden, gibt es genug. Und er lieferte nicht nur Vorschläge für das "Wann" und "Wo",



sondern auch für das (kreative) "Wie": Beispielsweise, indem man sich mit beschriebenen Pappschildern an vielbefahrene Straßen und Verkehrstrassen stellt, sich einen beschrifteten Pappkarton auf das Autodach stellt, im Bus, auf der Straße. auf dem Betriebsparkplatz oder im Betrieb



Karten oder Post-its wie zufällig platziert, auf denen man mit

möglichst kernigen, launigen und ungewöhnlichen Formulierungen Aufmerksamkeit erregt und gleichzeitig kommuniziert, was man möchte.

Die Teilnehmer folgten Nafroths Ausführungen belustigt und gaben im Anschluss ein entsprechendes Feedback: "Von "Ungewöhnliche Methoden" und "Ich bin überrascht, dass die Ideen so einfach sind und man doch nicht selber schon darauf gekommen ist", über "Eine gute Sache" bis hin zu "Machbar" reichten die Bemerkungen. Und auch die Darstellung selber begeisterte: "Sehr guter Vortrag", urteilte ein Teilnehmer.



Die Energiewende gestalten?!

Rüdiger Nowakowski vom Deutschen Erwachsenen-Bildungswerk (DEB) machte in seinem Vortrag vor allem deutlich: Die Energiewende ist eine der komplexesten Fragestellungen unserer Zeit. Gezielt zeigte er auf, an welchen Stellen es – noch und nach wie vor – hakt: In Fragen des Ausbaus, der Verteilung und Speicherung, der Versorgung mit "sicherer Energie" sowie in Fragen der Koexistenz von erneuerbaren und herkömmlichen Energien. "Allein beim Netzausbau sind wir bei 15 von 24 Vorhaben in Verzug",



untermauerte Nowakowski seine Ausführungen mit (deutlichen) Zahlen. Und brachte es auf den Punkt: "Wir haben noch viele Baustellen": Viele Baustellen bei der Frage "Wie schnell schaffen wir die Umstellung auf erneuerbare Energien, unter welchen Umständen und unter Berücksichtigung beispielsweise der Maßgabe, dass Strom bezahlbar sein muss, für Privatleute genauso wie für die Industrie."

Doch Nowakowski malte nicht nur ein Problemszenario, er lieferte auch Lösungsansätze – in Form eines Sieben-Punkte-Plans, der für eine erfolgreiche Energiewende vorsieht:

- eine vernünftige Klimapolitik,
- für Deutschland und Europa: Vorreiter zu sein,
- eine Energiediversifizierung, also einen Energiemix,
- Versorgungssicherheit durch steuerbare Kraftwerke,
- die Koordination und Absprache innerhalb Europas in Fragen des Netzausbaus und der Marktintegration,
- Effizienz und Flexibilität der Kraftwerke,
- Einen gesellschaftlichen Konsens für die Energiewende.



Nowakowskis Tipp darüber hinaus für die praktische Arbeit der Regionalforen vor Ort lautete: "Diskutiert in den Regionalforen das Szenario eines Blackouts, die Notwendigkeit von Stromnetzen und neuen Kraftwerken."

Wir waren dabei, und fangen schon mal an!

Last uns dazu folgende Anlässe dazu nutzen

- 10. bis 21.9. 2013 Woche des Bürgerschaftlichen Engagements
- 5. Dezember Tag des Ehrenamtes
- BR-Wahlen























Wir waren dabei, und fangen schon mal an!

Last uns dazu folgende Anlässe dazu nutzen

- 10. bis 21.9. 2013 Woche des Bürgerschaftlichen Engagements
- 5. Dezember Tag des Ehrenamtes
- BR-Wahlen





























