

„Organizing“: Der Ansatz aus den USA vermittelt auch Anstösse für den VPOD.

## **Unsere Gewerkschaft als Bewegung**

Ken Loachs Film „Bread and Roses“ machte das gewerkschaftliche Organizing auch hierzulande bekannt. Auch wenn die Schweiz nicht Kalifornien ist - das Organizing-Konzept vermittelt auch dem VPOD wertvolle Anstösse. Was aber heisst eigentlich «Organizing»? „Organizing“ - in den letzten Jahren hat das Zauberwort zur Erneuerung der Gewerkschaften von Amerika aus den Weg durch die ganze Gewerkschaftswelt gemacht. Während einige die Methode zum Allheilmittel erklären, hat der VPOD allerdings einen pragmatischeren Ansatz gewählt. Wir wollen einerseits Anregungen zur kritischen Reflexion der eigenen Rolle aufnehmen. Andererseits sollen alle in der Gewerkschaft Aktiven Schritt für Schritt einen Werkzeugkasten kennen lernen, der sowohl die alltägliche Arbeit als auch grössere Kampagnen systematischer und kompetenter anzupacken erlaubt. Organizing stellt die Beteiligungs-, Mitglieder- und Konfliktorientierung ins Zentrum. Was ändert sich dadurch im Gewerkschaftsalltag?

### **Statt Stellvertretung...**

Heute stehen oft der Einzelfall und eine individuelle Problemlösung im Vordergrund. Ein Mitglied kann sich selbst nicht genügend wirksam wehren, meldet sich beim Sekretariat - und die Gewerkschaftssekretärin handelt stellvertretend für das Mitglied.

### **Zuhören oder reden?**

Organizer müssen lernen, die Themen der Beschäftigten zu suchen und sie auch dann ernstzunehmen, wenn sie gerade nicht ins eigene Schema passen. Darum ist das Training des 1-zu-1-Gesprächs auch für erfahrene Gewerkschafterinnen und Gewerkschafter sinnvoll. Wenn sich Angestellte in betrieblichen Fragen erst einmal ernstgenommen wissen, sind sie umgekehrt auch viel eher bereit, sich im VPOD solidarisch in überbetrieblichen Auseinandersetzungen und gesellschaftspolitisch zu engagieren.

### **Was heisst Konfliktorientierung?**

Kristallisationspunkt einer Mobilisierung soll nicht ein abstraktes Ziel sein, sondern ein konkreter Konflikt, den wir nicht nur aushalten, sondern permanent zuspitzen müssen. Eine zugespitzte Konfliktsituation kann ungeahnte Kräfte freisetzen und erlaubt es, medial auf die eigenen Anliegen aufmerksam zu machen. Auch Situationen kollektiver Konflikte verlaufen nicht selten ähnlich: Eine vom VPOD einberufene Personalversammlung gibt der Gewerkschaftssekretärin einen Verhandlungsauftrag. Sie setzt sich mit dem Arbeitgeber an den Tisch und verhandelt. Die Ergebnisse werden wieder an einer Versammlung präsentiert. Im besten Fall hat der VPOD stellvertretend für alle Angestellten - ob Mitglied oder nicht - die Probleme gelöst. Im schlechtesten Fall hat er die Sache vermässelt: Wer bisher der Gewerkschaft schon skeptisch gegenüber stand, fühlt sich bestätigt. Auch hier erleben Mitglieder und Angestellte die Gewerkschaft als stellvertretende Dienstleisterin.

### **...gemeinsame Aktionen!**

Der ursprüngliche Kern gewerkschaftlicher Organisation war ein anderer. Gewerkschaft bedeutet kollektive Selbstorganisation. Aus der Erkenntnis heraus, dass Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer ihre Interessen gemeinsam wirksamer durchsetzen können. Beteiligungsorientierung will diese Tradition wieder beleben. Sekretärinnen und Sekretäre werden zu Coaches, zu Moderatorinnen, und sie leisten Hilfe zur Selbsthilfe. Sie müssen kontinuierlich sicherstellen, dass eine Kampagne genügend niederschwellige Beteiligungsmöglichkeiten bietet, damit sich viele aktiv einbringen können. Denn zwischen Lethargie und Streik gibt es ein breites Feld an Aktionsformen. Die hohe Kunst einer Kampagnenführung besteht darin, einen Konflikt in kleinen Schritten eskalieren zu lassen. Nur so kann die Aktionsbereitschaft der Beschäftigten und die Grosse der aktiven Basis mit den Anforderungen der Auseinandersetzung mitwachsen. Empowerment funktioniert, wenn das Engagement immer wieder zu gemeinsamen kleinen Erfolgserlebnissen führt, statt zur grossen Enttäuschung. Die Zustimmung eines Mitgliedes zum nächsten Eskalationsschritt muss dabei immer mit der verbindlichen Zusicherung verbunden sein, diesen Schritt auch selbst aktiv mitzutragen.

### **Strategie und Ehrlichkeit**

Die Grundlage für erfolgreiche Kampagnen legt eine seriöse strategische Planung. Recherchen leuchten im voraus die Abhängigkeiten der Gegenseite aus. Das Training von Aktiven wird früh begonnen, und Bündnisse mit anderen zivilgesellschaftlichen Akteuren werden aufgegleist, damit in entscheidenden Phasen der Kampagne auch der gesellschaftliche Druck erhöht werden kann. Erfolgreiche Kampagnen müssen aber auch auf Unerwartetes angemessen reagieren können. Und sie müssen nicht nur die Erfolge messen, sondern auch Misserfolge ehrlich eingestehen - damit man daraus lernen kann.

Balthasar Glättli, Leiter Kampagnen und Werbung VPOD.

VPOD-Magazin, Juni 2011.

VPOD Schweiz > Organizing. 1.6.2011.doc.