

„... noch mehr informieren, öfter informieren, umfassender informieren“

Ute Demuth // IKT-Dozentin, Beraterin und Autorin

HIER LESEN SIE:

- wie Betriebs- und Personalräte ihre gute Arbeit auch gut „verkaufen“
- warum eine gute Öffentlichkeitsarbeit vor allem in der Krise wichtig ist
- wie Belegschaftsvertretungen ihre Öffentlichkeitsarbeit vielseitig gestalten

Einen eigenen Fernsehkanal für den Betriebsrat? So weit geht der Betriebsrat der MAN Nutzfahrzeuge AG in München (noch) nicht. Er macht aber eine ganze Menge um das „Gute“, das er tut, auch in die Belegschaft zu kommunizieren. Die Belegschaftsvertretung nutzt dabei vor allem moderne Medien wie das Intranet, aber auch die gute alte Zeitung. Wie wichtig eine gute Öffentlichkeitsarbeit auch und gerade in der Krise ist, zeigt das folgende Interview mit dem MAN-Betriebsratsmitglied und Leiter des Öffentlichkeitsausschusses Klaus Brinnig.

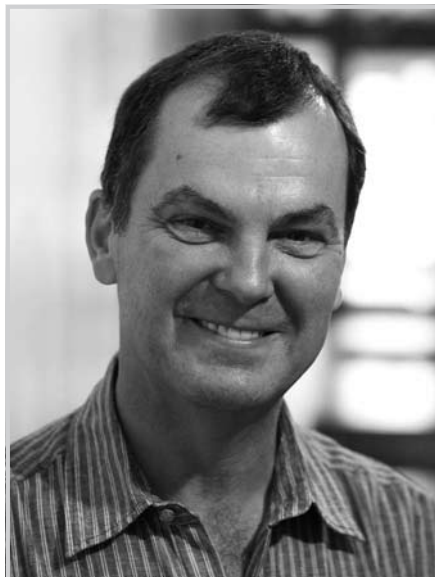
■ *Was war der Grund dafür, dass ihr 2009 die Öffentlichkeitsarbeit gezielter angegangen seid? Gab es einen Auslöser?*

Brinnig: Der Auslöser war zum einen, dass wir als Gremium festgestellt hatten, dass vieles, das wir in unserer Arbeit erreichen, für uns schon selbstverständlich war, also wir zwar „Gutes tun“, aber nicht darüber reden. Und wir waren uns alle einig, so eine Veränderung der Öffentlichkeitsarbeit darf nicht erst drei Tage vor der Betriebsratswahl beginnen.

■ *Wart ihr euch im Gremium sofort darüber einig, mehr Arbeit in die Öffentlichkeitsarbeit zu stecken oder musste intern erst Überzeugungsarbeit geleistet werden?*

Brinnig: Nachdem die „Machtfrage“ (= Aufgabenteilung, die Red.) klar war, gab es über die Notwendigkeit, diese Arbeit intensiver zu betreiben keine großen Diskussionen. Zudem war das Thema „Chefsache“, das heißt wir hatten und haben immer Rückendeckung durch den Betriebsrats-

vorsitzenden und seinen Stellvertreter, der auch IG Metall-Vertrauenskörperleiter ist.



Klaus Brinnig vom MAN-Betriebsrat – der Betriebsrat der MAN Nutzfahrzeuge AG München besteht aus 35 Mitgliedern, davon sind 34 in der IG Metall ...

■ *Was habt Ihr seither verändert?*

Brinnig: Wir haben bereits Ende 2008 begonnen eine Betriebsratsbroschüre zu erstellen, in der alle Betriebsräte mit Foto, Erreichbarkeit und Aufgaben aufgeführt sind. In dieser Broschüre stehen außerdem einige rechtliche Tipps sowie eine Beschreibung der Aufgaben eines Betriebsrats. Fertig geworden ist diese Broschüre im Sommer 2009. Zudem haben wir unsere bisherigen „Flyer“, die sporadisch erschienen waren, in regelmäßige „Newsletter“ umgestaltet. Mittlerweile schreiben wir auf die Newsletter auch von wann bis wann sie ausgehängt werden sollen.

■ *Welche Medien setzt Ihr jetzt mit welcher Häufigkeit ein?*

Brinnig: Die Newsletter erscheinen mittlerweile regelmäßig zu aktuellen Themen im Betrieb und Unternehmen, da hatten wir dieses Jahr keinen Mangel. Insgesamt gab es 26 Newsletter des Betriebsrats, dazu noch einige des Vertrauenskörpers, des

Gesamtbetriebsrats und des SE-Betriebsrats. Die Newsletter werden in unseren rund 40 Schaukästen ausgehängt und zudem auf die Intranet-Seite des Betriebsrats gestellt. Mittlerweile läuft die gesamte Öffentlichkeitsarbeit des Betriebsrats für die Beschäftigten – sei es Werk München, sei es Gesamtbetriebsrat oder SE/Konzern – über uns in München. Ab Anfang 2010 wird es eine Zeitung geben, die „BRisant“, sie soll dreimal im Jahr zusätzlich zu den Newslettern erscheinen.



■ *Wie haben sich die Rückmeldungen aus der Belegschaft verändert, seit Ihr die Öffentlichkeitsarbeit intensiviert habt?*

Brinnig: Je nach Brisanz der Themen und der betrieblichen Situation stellen wir einen sehr hohen Zugriff auf unsere Intranet-Seite fest. Der Name für unsere Zeitung ist aus einer Ausschreibung über einen der Newsletter entstanden und kommt aus der Belegschaft. Der Kollege wurde danach nebenbei bemerkt auch als Vertrauensmann im Angestelltenbereich gewonnen. Wir erhalten über die Mail-Adresse der Redaktion Zuschriften und Anfragen. Hinzu kommen natürlich die persönlichen Ansprachen und Nachfragen auf Newsletter oder Seiten aus dem Intranet.

■ *Gibt es etwas, das besonders gut ankommt? Gab es überraschende Reaktionen aus der Belegschaft?*

Brinnig: Unsere Betriebsratsbroschüre war insbesondere im Angestelltenbereich sehr gefragt. Für mich überraschend hat eine Personalbetreuerin reagiert, die zu mir sagte, dass der Personalbereich auch so eine Broschüre gebrauchen könnte.

■ *Wie bezieht ihr die Belegschaft ein? Oder anders gefragt: Wie erfahrt ihr, wo es Informations- oder Gesprächsbedarf gibt?*

Brinnig: Zurzeit liegen aufgrund unserer betrieblichen Situation die Themen buchstäblich „auf der Straße“. Ansonsten bekommen wir Rückmeldung über unsere

Betriebsräte in den Bereichen, aus der Arbeit der Ausschüsse des Betriebsrats, aus Zurufen unserer Vertrauensleute und damit letztendlich aus Diskussionen mit den Beschäftigten.

■ *Oft haben Interessenvertretungen die Befürchtung, das gar nicht leisten zu können? Wie organisiert ihr die Arbeit im Gremium, wie ist die Aufgabenteilung?*

Brinnig: Wir haben derzeit im Redaktionsausschuss zwei Kollegen, die das Intranet betreuen sowie für unsere Layouts zuständig sind. Zwei Kolleginnen, die sehr kreativ sind, kümmern sich um die Schaukästen, beide schreiben auch Artikel. Meine Aufgabe ist es, ein bisschen zu schreiben und die Arbeit zu koordinieren. Sehr positiv für uns ist, dass seit einigen Wochen eine Praktikantin des Betriebsrats, die juristisch vorbelastet ist, unsere Öffentlichkeitsarbeit stützt. Der persönliche Referent des SE-Betriebsrats arbeitet in unserem Betriebsratsbüro und unterstützt uns ebenfalls. Auf dieses Team kann ich mich als Ausschussleiter zu 100 Prozent verlassen und auf diese Kolleginnen und Kollegen und ihre Arbeit bin ich sehr stolz.

■ *Schafft ihr es, immer aktuell zu sein? Wenn ja, wie?*

Brinnig: Das ist gelegentlich ein Spagat, denn nicht alles was man weiß, ist auch dafür geeignet, sofort veröffentlicht zu werden. Wir wollen seriöse Nachrichten. Ansonsten klappt dies aber sehr gut. Jeden Montagvormittag findet der sogenannte „Jour Fixe“ des Betriebsrats statt und wenn da Themen als geeignet für eine Info angesehen werden, reagieren wir unmittelbar. Zudem treffen wir uns mindestens alle 14 Tage um zu besprechen, welche Newsletter geschrieben werden müssen.

■ *In eurem Unternehmen ist viel passiert im letzten Jahr, hat sich dadurch eure Informations- und Kommunikationspolitik verändert?*

Brinnig: Ja. Zum einen sind manche Infos schon überholt, bevor man die Überschrift für den Newsletter formuliert hat, zum anderen sind viele Kolleginnen und Kollegen in 2009 durch Kurzarbeit, Arbeitszeitkontenabbau und intensive Urlaubsnahme deutlich weniger im Betrieb gewesen als in anderen Jahren. Also heißt dies für uns

noch mehr informieren, öfter informieren, umfassender informieren. Aber das ist auch eine reizvolle Aufgabe.

■ *Wie ist die Zusammenarbeit mit der IG Metall in Bezug auf die Öffentlichkeitsarbeit?*

Brinnig: Wir unterscheiden eigentlich nicht zwischen der IG Metall und dem Betriebsrat. Die Belegschaft tut dies auch nicht. Wir sind die IG Metall im Betrieb. Alles was wir veröffentlichen wird automatisch als Information des Betriebsrats und der IG Metall verstanden.

■ *Ich setze jetzt einfach mal voraus, dass ihr nach den Wahlen in ähnlicher Konstellation weiterarbeiten könnt: Was ist für die Zukunft geplant?*

Brinnig: Naja, wir hoffen auch selbst, dass wir in der bisherigen Zusammensetzung weiterarbeiten können. Für 2010 wollen wir mit unseren Newslettern weiter aktuell und intensiv unterwegs sein und als zusätzliches Medium unsere Zeitung „BRisant“ einführen. Für unsere Intranetseite hoffen wir weiterhin auf reichliche Zugriffe. Wir würden uns auch freuen, wenn das Feedback der Belegschaft weiter intensiv und gerne auch kritisch bleibt. Nach der Betriebsratswahl würden wir als Öffentlichkeitsausschuss gerne mal Betriebsversammlungen und ihre Abläufe neu gestalten. Und sonst? Einen eigenen Fernsehkanal? Nein, das letzte war nur Spaß. Aber ich denke, Ideen werden uns nie ausgehen.

Gesprächspartner:

Klaus Brinnig ist freigestellter Betriebsrat bei der MAN Nutzfahrzeuge AG in München, 54 Jahre alt und Leiter des Öffentlichkeitsausschusses, außerdem stellvertretender Leiter Ausschuss Entgelt sowie zuständig für die Angestelltenbereiche.

Das Gespräch wurde von **Ute Demuth** geführt; Ute Demuth berät, schult und schreibt zum Thema Öffentlichkeitsarbeit und Medieneinsatz in der Betriebs- und Personalratsarbeit, info@udemuth.de, www.udemuth.de

Weiterführendes

<http://de.wikipedia.org/wiki/MAN>
www.focus.de/finanzen/boerse/aktien/man-lkw-hersteller-findet-neuen-vorstand_aid_462307.html
www.sueddeutsche.de/wirtschaft/882/497190/text/
www.sueddeutsche.de/wirtschaft/87/497393/text/