

Kriterien für mobilisierungsfähige Anliegen

1. Ist es ein „heißes“ Thema?

Startet mit einem Anliegen, das euren KollegInnen so richtig unter den Nägeln brennt. Es muss sie aufregen. Nur wenn eure KollegInnen etwas stört, dann nehmen sie sich Zeit dafür, um daran etwas zu ändern.

2. Betrifft es viele KollegInnen?

Ihr braucht möglichst viele KollegInnen, um ein Anliegen durchsetzen zu können. Eine Faustregel dabei ist: Mindestens die Hälfte aller KollegInnen sollte davon betroffen sein. Das heißt nicht, dass sie bereits Aktive und UnterstützerInnen sein müssen. Doch ein mobilisierungsfähiges Anliegen sollte geeignet sein, um möglichst viele Unbeteiligte dafür zu gewinnen.

3. Ist das Anliegen verbindend oder spaltet es die Belegschaft?

Immer wieder gibt es Aufregerthemen, wie zum Beispiel das Rauchen, die Belegschaften in zwei Lager spalten. Auch die Firmenleitung kann dies für sich nutzen. Aufregerthemen sind zwar heiße Themen, doch es gibt dabei meist auch viele VerliererInnen. Konzentriert euch daher auf Themen, die eure KollegInnen verbinden.

4. Ist ein Konflikt zum jetzigen Zeitpunkt gewinnbar?

Die Firmenleitung wird euch nichts schenken. Stellt euch daher auf einen Konflikt ein. Fragt euch, ob ihr so einen Konflikt zum aktuellen Zeitpunkt gewinnen könnt. Gibt es ein Kernteam von KollegInnen, die bereit sind, einen Anfang zu machen? Wieviele Aktive würden unbeteiligte KollegInnen mobilisieren? Wieviele UnterstützerInnen sind bei der nächsten Aktion dabei? Konzentriert euch auf Themen, bei denen ihr euch gute Chancen ausrechnet.