# ABTEILUNG IV

**Aufgabenbereiche:**

Gewerkschaftliche Bildung
Werbung
Aus- und Fortbildung
Junge Gruppe

## 1. Gewerkschaftliche Bildungsarbeit

Weiterbildung gewinnt eine immer wichtigere Rolle in unserer heutigen Gesellschaft. Es reicht nicht mehr aus, sein Leben auf der Grundbildung der ersten 20 Lebensjahre zu gestalten. „Lebenslanges und lebensbreites Lernen sind zu den entscheidenden Schlagworten geworden. Unser Bildungsverständnis ist politisch, handlungsorientiert und interessengeleitet. Politische Bildung soll dazu beitragen, dass Menschen ihr soziales Schicksal in die eigenen Hände nehmen. Dazu gehören das Erkennen der eigenen Interessenlagen, das Entwickeln politischer Orientierungen und der Aufbau all jener Kompetenzen, die für praktisches Handeln erforderlich sind. Das betrifft insbesondere die Fähigkeit und Bereitschaft, seine Anliegen gemeinsam mit anderen zu vertreten. Insofern wird gewerkschaftliche Bildungsarbeit, egal zu welchen Themen, immer politische Bildung sein. Weil diese politische Dimension aber nicht automatisch eintritt, muss sie den Fachthemen durch politisch-didaktische Reflexion abgerungen werden. In der gewerkschaftlichen Bildungsarbeit müssen Interessenlagen geklärt, gesellschaftliche Hintergründe diskutiert, Perspektiven und Bündnismöglichkeiten aufgezeigt und Durchsetzungsstrategien entwickelt werden. Zugleich sollen alle Arten von Kompetenzen entwickelt werden, die für politisches Handeln erforderlich sind. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Bildungsveranstaltungen sollen in die Lage versetzt werden, unter den sich ständig verändernden betrieblichen und gesellschaftlichen Bedingungen verantwortungsbewusst und wirkungsvoll die Interessen abhängig Beschäftigter zu vertreten. Die Bildungsarbeit ist eng in die Entwicklung der gewerkschaftlichen Interessenvertretungspolitik eingebunden. Das jeweilige Verständnis der Handlungssituation, das der Organisationspolitik zugrunde liegt, die Schwerpunktsetzungen und aktuellen Kampagnen müssen sich in der Bildungsarbeit wiederfinden.

Für die Gewerkschaft der Polizei hat gewerkschaftliche Bildungsarbeit einen hohen Stellenwert. Trägt sie doch dazu bei, Funktionsträgerinnen und Funktionsträgern Fähigkeiten und Fertigkeiten zu vermitteln, die sie in die Lage versetzen, aktiv, kompetent und zielorientiert die Interessen ihrer Kolleginnen und Kollegen zu vertreten.

Die Grundpositionen und Zielsetzungen unserer Bildungsarbeit auf Bundesebene sind unverändert geblieben. Die zentrale gewerkschaftliche Bildungsarbeit der GdP verfolgt das Ziel, Kolleginnen und Kollegen, die Verantwortung in der GdP auf Landes- oder Bundesebene übernommen haben, bei ihrer ehrenamtlichen Tätigkeit zu unterstützen und sie dafür zu qualifizieren. Unsere gewerkschaftliche Bildungsarbeit ist mehr oder weniger ein ausgeklügeltes Baukastensystem zur Qualifizierung von Funktionsträgerinnen und Funktionsträgern bzw. für Mitglieder, die mittel- bis langfristig für gewerkschaftliche Tätigkeiten, d. h. für Funktionen, gewonnen werden sollen. Dabei sind wir stets bemüht, moderne Formen der Erwachsenenbildung anzuwenden und die inhaltliche Gestaltung der einzelnen Seminare an den Bedürfnissen unserer Teilnehmerinnen und Teilnehmer und den politischen Zielen und Interessen der Organisation auszurichten.

Die in den letzten vier Jahren geleistete Bildungsarbeit kann sich sehen lassen. Die kontinuierlichen Bemühungen, die Qualität unserer Angebote zu verbessern, haben dazu geführt, dass die Bildungsarbeit der GdP auf Bundesebene einen hohen Stellenwert hat, der sich in großer Nachfrage nach unseren Seminaren und Trainings zeigt.

Gewerkschaftliche Bildungsarbeit geht von den gesellschaftlichen Interessen und Erfahrungen der Mitglieder aus. Sie muss wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Interessen und deren Widersprüche darstellen und deren Ursachen erkennen. Gewerkschaftliche Bildungsarbeit darf nicht nur dem Präsentieren von Wissen dienen, sondern muss Methoden des selbstständigen Denkens und Analysierens sowie Maßstäbe des solidarischen Handelns vermitteln. Die gewerkschaftliche Bildungsarbeit der GdP zielt nach ihrem eigenen Selbstverständnis auf die Emanzipation des Lernenden. Das bedeutet für die GdP-Bildungsarbeit, dass alle unsere Bildungsangebote auf dem Prozess der Selbstbildung, Eigenentwicklung und Eigenleistung aufbauen, für all diejenigen, die mit professioneller Unterstützung ihr persönliches Lernziel erreichen wollen. Deshalb sind alle unsere Veranstaltungen auf die Eigenaktivität und die Bedürfnisse der Lernenden ausgelegt. Die Lernenden holen sich aus den Seminaren die Elemente heraus, die für ihre individuelle Entwicklung wichtig sind, und nicht die Elemente, die die Veranstalter wichtig finden. Dabei ist Bildungsarbeit immer mit dem Dilemma konfrontiert, verschiedene Logiken miteinander verbinden zu müssen, die sich aus der Trias von Persönlichkeit, Gesellschaft und Ökonomie ergeben. Die Persönlichkeit verlangt nach individueller Entwicklung, die Gesellschaft nach Integration und Demokratisierung und die Ökonomie nach Qualifikation. Ein wichtiger Bestandteil unserer Bildungsarbeit beinhaltet

die Befähigung zur aktiven Kommunikation, die unverzichtbar ist zur Ausbildung von Beziehungsgeflechten, wie sie in den modernen Interessenstrukturen der heutigen individualisierten Gesellschaft nötig sind. Kommunikationsbildung soll dazu befähigen, kritisch, mündig und gestaltungsfähig mit Ambivalenzen umzugehen, also ohne Gewissheiten Verhaltenssicherheiten zu gewinnen. Das braucht Erfahrungen und Wissen über kommunikative Zusammenhänge. Der Prozess der Wahrnehmung von Kommunikation und die aktive Auseinandersetzung damit spielen dabei eine entscheidende Rolle. Gewerkschaftliche Bildungsarbeit schafft – das wird in ihrer Bedeutung oft unterschätzt – Räume zum Austausch und zur Klärung von Erfahrungen. Die geschieht im offiziellen Seminar genauso wie im so genannten zweiten Seminar, den freien Zeiten. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer unserer Seminare sind alle in aktives gewerkschaftliches Handeln eingebunden. Sie kommen mit Lerninteressen und Fragen aus ihrer Praxis, die sie reflektieren und beantwortet wissen wollen. Hier spielen fachliche Fragen eine Rolle, aber in vielen Punkten geht es um die Aufarbeitung schwieriger Situationen, um viele Fragen der Alltagsarbeit, um Erfahrungen mit Rückschlägen und Niederlagen. Das Gefühl, mit diesen Erfahrungen nicht allein da zustehen, sie sich nicht persönlich anrechnen zu müssen und in einer Gruppe zu sein, die teilweise ähnliche Erfahrungen gemacht hat und gleiche Ziele verfolgt, bedeutet oft eine große persönliche Stärkung und Ermutigung. Diesen Prozessen Raum zu geben ist ein wichtiges Element unserer gewerkschaftlichen Bildungsarbeit.

**Gewerkschaftliche Bildung ist nicht Bildung für die Gewerkschaft, sondern Bildung in der Gewerkschaft**

Unsere gewerkschaftliche Bildungsarbeit hat neben der Herausbildung von politischer, beruflicher und sozialer Handlungskompetenz außerdem den Anspruch, eine Vermittlungsfunktion zu erfüllen, auch und gerade innerorganisatorisch. Es geht um die Vermittlung

- zwischen den unterschiedlichen politischen Meinungen und Positionen,
- zwischen Funktionsträger/-innen und einfachen Mitgliedern,
- zwischen Männern und Frauen,
- zwischen den verschiedenen organisierten Berufsgruppen,
- zwischen den einzelnen Landesbezirken und Bezirken,
- zwischen alten und jungen Mitgliedern.

Hierdurch ermöglicht gewerkschaftliche Bildungsarbeit die Herstellung von wechselseitigem Verständnis und Solidarität, denn Solidarität entsteht unter den heutigen gesellschaftlichen Bedingungen von Individualität und Reflexivität nicht mehr in traditionellen sozialen Milieus, sondern erst durch Kommunikation unter verantwortlichen, mündigen Menschen. So gestärkt kann die Organisation den Druck auf die politisch Verantwortlichen erhöhen und die Interessen der Mitglieder nachdrücklich vertreten.

Mit unseren Seminarangeboten haben wir im Berichtszeitraum versucht, diesen Anforderungen gerecht zu werden. Wir haben Seminare angeboten, die den teilnehmenden Kolleginnen und Kollegen praxisorientiertes Wissen für ihre gewerkschaftliche und personalrätliche Arbeit vermittelt haben, die ihnen aber auch geholfen haben, sich im beruflichen Umfeld besser zu behaupten, die sie für den Beruf besser gerüstet haben und an der ein oder anderen Stelle auch Fähigkeiten und Fertigkeiten vermittelt haben, die im privaten Bereich von Nutzen sein können. Die zentral angebotenen Seminare der Gewerkschaft der Polizei werden nach wie vor sehr stark nachgefragt, so dass in der Regel nicht alle Teilnahmewünsche berücksichtigt werden können. Umso bedauerlicher ist es, dass immer wieder einzelne Teilnehmerinnen und Teilnehmer ohne Abmeldung oder Entschuldigung nicht zum Seminar erscheinen.

Einen Überblick über die wichtigsten Seminarangebote und -inhalte vermittelt die folgende Darstellung:

## 1.1 GdP-Seminarreihe „Führungstraining“

Gewerkschaftliche Führungskräfte stehen vor großen Herausforderungen, weil sie sich den veränderten Bedingungen in Staat und Gesellschaft stellen müssen, um eine wirkungsvolle, an den Interessen der Mitglieder orientierte Interessenvertretung zu gestalten. Die Rahmenbedingungen für gewerkschaftliche Interessenvertretung haben sich in den vergangenen Jahren spürbar verändert. Nicht nur politische Entscheidungen in der Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik, der Steuer-, Finanz- und Geldpolitik, sondern auch wirtschaftliche Entwicklungen haben dazu beigetragen, Strukturanpassungsprozesse in vielen Branchen bis hin zum öffentlichen Dienst auszulösen, mit unmittelbaren Auswirkungen auf Beschäftigung, Einkommen und soziale Sicherheit. Wer sich als gewerkschaftliche Führungskraft heutzutage auf Patentrezepte verlässt, der ist verlassen. Führen ist situativ und deshalb in jeder Situation und bei jedem Mitarbeiter, bei jeder Kollegin und jedem Kollegen anders. Nur wer diesen Anforderungen gerecht wird, der ist in der Lage, Mitarbeiter und Teams ohne Reibungsverluste auf Ziele zuzuführen. Im politischen Management ist heute die wirksame Kombination von Führung und Wissen gefragt. Ausgewählte professionelle Managementtechniken und Entwicklungsstrategien bieten dafür die besten Voraussetzungen. Die Möglichkeit, Management-Kompetenzen zu entwickeln und zu fördern, bietet die dreiteilige Seminarreihe „GdP-Führungstraining“. Diese Seminarreihe, die seit 15 Jahren fester Bestandteil unseres Bildungsangebotes ist, wurde kontinuierlich weiterentwickelt. Die Seminare richten sich an Mitglieder von Landesbezirksvorständen und Gremien auf Bundesebene. Die drei Seminarbausteine werden regelmäßig überarbeitet und an den veränderten Bedarf der Teilnehmerinnen und Teilnehmer angepasst. Die überaus große Nachfrage zeigt: Diese Seminarreihe wird als wirksame Hilfe für die gewerkschaftliche Arbeit sehr gut angenommen. Die Rückmeldungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu diesen Seminaren sind überdurchschnittlich gut, was sich auch an dem immer weiter steigenden Interesse an dieser Seminarreihe und der stets größer werdenden Nachfrage zeigt.

## Führungstraining 2009/2010

„Habe eine solche Moderation noch nicht erlebt. Professionell, geht sensibel auf uns ein, nehme sehr viel mit. Danke!“

„Neu, einzigartig, echtes Führungstraining. Grenzerfahrung mit mir selbst, habe Spiegel vorgehalten bekommen, Klasse. Hat Spaß gemacht. Tolle Truppe.“

„Ich bin sehr leistungsorientiert und habe jetzt gelernt, auch Neugierde auf Menschen zu entwickeln. Bereichernd.“

„Beispielgebende Moderation. Strategien, Inhalte – äußerst interessant. Dank an Moderation, auch wegen der Beratung.“

„Toll gelaufen! Gewinn für meine Persönlichkeit und Kommunikation.“

„Danke! Das beste Seminar, das ich mitgemacht habe. Tolle Gruppe.“

„Gesamte Gruppe eine Bereicherung für mein Leben. Auch die Moderation. Traurig, dass es vorbei ist. Die Moderation: das Beste, was ich erlebt habe.“

„Habe Zeit gebraucht anzukommen. Habe dann neue Ideen, neue Vorgehensweisen kennen gelernt, habe sehr viel mitgenommen.“

„Schade, dass es vorbei ist.“

## Führungstraining 2007

„War toll, ich habe mich auf jeden Baustein gefreut und bin sehr gern hergekommen, tolles Team.“

„Sehr viele Erkenntnisse gewonnen, war sehr lehr- und hilfreich für mich, bringt mich in meiner Arbeit weiter.“

„Viel gelernt, weiter so, wer nicht herkommt, verpasst was.“

„War alles sehr gut, viel mitgenommen, Arbeit von euch Teamern war super.“

„War einfach nur hervorragend, hilft mir weiter.“

## Seminarleiterseminare

„1++. Kein stures Programm, situativ gehandelt, spannend, Klasse. Diese Art Bildungsarbeit in der GdP weiter behalten.“

„Zur Moderation: Klasse. Das beste Seminar, das ich je erlebt habe, gewerkschaftlich und dienstlich. Die psychologischen Dinge sind wichtig, wie gehe ich mit Menschen um. Kritik: ein 3. Baustein fehlt. Noch mehr Übungen wären gut.“

„Die Art der Moderation bewundere ich. Gewöhne mich langsam daran, auch mal etwas anderes zu wollen. Ändere mich.“

### *1.1.1 Baustein 1: Selbst- und Zeitmanagement*

Sich selbst besser kennen lernen, seine Fähigkeiten und Fertigkeiten objektiver einzuschätzen, mit seinen persönlichen Ressourcen effizienter umzugehen – kurz: sich besser zu organisieren lernen ist Ziel des ersten Bausteins. Terminstress, Doppel- und Dreifachbelastung, Koordinationsprobleme und Unzufriedenheit trotz hoher Arbeitsleistung: Viele kennen diese Situation und suchen nach Auswegen. Gewerkschaftliches Engagement und Personalratsarbeit haben ihren Preis. Nicht zuletzt oft zum Nachteil von Familie, Freunden und Freizeit. Das Seminar soll helfen, die verfügbare Zeit besser einzuteilen und sich selbst und seine Arbeit sowie das ehrenamtliche Engagement ebenso wie das private Leben sinnvoller und effizienter zu organisieren. Der in diesem Baustein angebotene Persönlichkeitsfaktorentest (16 PF) wurde bisher von allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern angenommen und wird durchweg als sehr hilfreich für die Bestimmung der eigenen Position und für die persönliche Weiterentwicklung angesehen.

### *1.1.2 Baustein 2: Konfliktmanagement und Kommunikation*

Konflikte gehören zu unserem Leben. Führungskräfte, egal in welcher Position, sollten die Fähigkeit besitzen, Konflikte zu erkennen, sie zu beherrschen und zu lösen. In der gewerkschaftlichen Arbeit werden gerade diejenigen, die sich engagieren, immer wieder mit Konflikten konfrontiert. Ein Blick in die Geschichte und unsere eigene Erfahrung zeigt, dass es immer Konflikte gab und gibt. Die Existenz von Konflikten ist jedoch nicht das Ergebnis einer grundlegenden „Schlechtigkeit" des Menschen. Zu den Grundbedingungen unserer Existenz gehört, dass kein Mensch unabhängig von anderen Menschen handeln kann. Das Verhalten und die Zielvorstellungen jedes Einzelnen haben unvermeidlich Einfluss auf Handlungen, Verhalten und Pläne anderer. Konflikte können nicht ohne Reibung, Veränderung und Verlust stattfinden. Sie können jedoch ohne Gewalt ausgetragen werden. Wer Gewalt, Ungerechtigkeiten, Unterdrückung beseitigen will, muss Konflikte führen können. Konflikte und vor allem deren konstruktive Lösung können sehr produktiv sein und Entwicklungen entscheidend voranbringen. Das rechtzeitige Erkennen, Analysieren und Lösen von Konflikten stehen daher im Mittelpunkt dieses Seminarteils. Dabei werden den Teilnehmerinnen und Teilnehmern vor allem Handlungsstrategien in Konflikten vermittelt, die sie in der täglichen gewerkschaftlichen Arbeit anwenden können. Dazu gehört auch, dass die Grundregeln der Kommunikation beherrscht werden. Richtig miteinander reden, seine Botschaften klar und unmissverständlich zu formulieren, zuhören zu lernen und die Möglichkeiten der Kommunikation richtig einzusetzen ist wichtiger Bestandteil von Konfliktlösungsprozessen, wie der gewerkschaftlichen Arbeit überhaupt.

### *1.1.3 Baustein 3: Projektmanagement*

In der gewerkschaftlichen Praxis vor Ort werden viele Projekte geplant und umgesetzt. Dabei hängt der Erfolg nicht unwesentlich davon ab, dass die Planung und Umsetzung eines Projektes professionell erfolgen. Führungskräfte sollten in der Lage sein, Projekte erfolgreich zu planen und umzusetzen. Im Jahr 1980 wurde „Projektmanagement" nach DIN 69901 folgendermaßen definiert: „... die Gesamtheit von Führungsaufgaben,

-organisation, -techniken und -mitteln für die Abwicklung eines Projektes." So allgemein diese Begriffsbestimmung auch gehalten ist, macht sie doch deutlich, dass es beim Projektmanagement um die umfassende Bearbeitung von Projekten geht und nicht nur darum, diese zu bearbeiten. Vielmehr geht es darum, Projekte in der vorgegebenen Zeit und mit dem gewünschten Ergebnis so zu realisieren, dass alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beteiligt sind und das bestmögliche Ergebnis erreicht wird. Folgende Fragen stehen im Mittelpunkt des Seminarbausteins: Wie gehe ich vor, um ein Projekt zu planen und zu realisieren? Was ist zu beachten? In welcher Reihenfolge muss was erfolgen, wie beziehe ich meine Kolleginnen und Kollegen ein, welche Partner brauche ich dazu? Im dritten Seminarteil werden den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die wichtigsten Grundlagen für erfolgreiche Planung und Umsetzung von Projekten vermittelt. Dabei werden die einzelnen Projektschritte an konkreten, von den Teilnehmenden mitgebrachten Projektideen erarbeitet, so dass diese fertige Projektkonzeptionen mit in ihre Landesbezirke nehmen können.

## 1.2 Rhetorik I und II

Wer kein erfolgreicher Einsiedler werden will, braucht mit Sicherheit rhetorische Fähigkeiten – nicht nur für eine große Rede, sondern auch für jede Mitteilung und jedes Gespräch, das wichtig ist. Die Formel für rhetorischen Erfolg liegt nun in einem guten Zusammenspiel von Argumenten, Redegewandtheit und Körpersprache. Dieses Seminar gilt für alle, die ihre Sprache im Gespräch oder in einer Rede bewusster und wirkungsvoller einsetzen wollen, um ihr Gegenüber effektiver zu erreichen. Ziel des Seminars ist, dass die Teilnehmer/-innen durch bewussten Umgang mit Sprache, Gestik, Mimik etc. ihre Redefähigkeit verbessern. Es geht um das Erkennen des eigenen Sprachmusters und -verhaltens. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollen lernen, es zu verbessern und Sicherheit und Überzeugungskraft zu gewinnen. Sie bauen Redehemmungen ab, erproben einen neuen konstruktiven Umgang mit Lampenfieber und trainieren, in schwierigen Situationen gelassen und rhetorisch sicher zu agieren.

## 1.3 Tarifrecht/Tarifpolitik

Es ist eine selbst gestellte Aufgabe aller Gewerkschaften, für eine gerechte gesellschaftliche Verteilung der Einkommen sowie der finanziellen Belastungen einzutreten. Die Tarifvertragsparteien leisten dazu ihren tarifpolitischen Beitrag. Dabei verbirgt sich hinter dem Begriff Tarifpolitik eine ganze Fülle von Regelungsbereichen, die neben der Einkommens- und Belastungsfrage auch die Arbeitszeit, den Arbeitsschutz, den Urlaub und die Aufstiegsmöglichkeiten berühren. Mit der Tarifpolitik werden Rechts-, Fach-, Verfahrensfragen und

allgemein politische Fragestellungen berührt. Die Durchsetzungschancen der Interessen aller gewerkschaftlich organisierten Beschäftigten hängen ganz wesentlich von einem gleichgewichtigen Kräfteverhältnis zwischen den Tarifvertragsparteien ab. Der sozialen Macht der Arbeitgeber können wir nur die solidarische Macht der gewerkschaftlich organisierten Beschäftigten entgegensetzen. Diesen Zusammenhang zu erkennen ist für alle Beschäftigten von existentieller Bedeutung. Eine Gewerkschaft, die es nicht versteht, den Sinn von Tarifpolitik und Tarifautonomie zu vermitteln, wird es sehr schwer haben. Vor diesem Hintergrund erklärt sich die Bedeutung von Tarifseminaren auf Bundes-, Landes- und Kreisgruppenebene. Denn mit Tarifverhandlungen sind nicht nur Prozentsätze und tarifpolitische Verfahrens- und Rechtsfragen verbunden, sondern gleichermaßen Fachfragen aus der Wirtschafts- und Sozialpolitik. Unsere Kolleginnen und Kollegen müssen sich also das dringend notwendige Fachwissen dazu aneignen. Zum einen für die eigene Kompetenz in der aktiven Tarifarbeit, zum anderen, um die Diskussion mit unseren Mitgliedern über die Empfehlungen und Forderungen zur jeweiligen aktuellen Tarifrunde fachkundig und überzeugend führen zu können.

## 1.4 VBL-Seminare

Diese Seminare wurden in Kooperation mit der VBL durchgeführt. Sie informieren über die Grundzüge des Leistungsrechts bei Sozialrentnern, die Voraussetzungen für den Anspruch auf Versorgungs- und Versicherungsrente, die Wartezeit, den Beginn der Rente, die Berechnung der Versorgungs- und Versicherungsrente, Kürzungen der Versorgungsrente bei vorzeitiger Inanspruchnahme, Anpassung der Versorgungsrenten, den Zahlbetrag, die Klagemöglichkeiten und das Ruhen der Versorgung in besonderen Fällen. Die teilnehmenden Kolleginnen und Kollegen sollen so in die Lage versetzt werden, die Thematik VBL komplex zu verstehen. Sie sollen als Ansprechpartner zu diesem Thema in ihren Landesbezirken zur Verfügung stehen.

## 1.5 Gender Mainstreaming

Die Gender-Perspektive betont, dass Frauen und Männer gesellschaftlich unterschiedliche Lebensbedingungen und Chancen vorfinden, aufgrund geschlechtsspezifischer Sozialisation unterschiedliche Interessen und Bedürfnisse entwickeln und von gesellschaftlichen Entwicklungen und deren Auswirkungen unterschiedlich betroffen sind. Mit dem Seminar „Gender Mainstreaming“ bietet die GdP ein Weiterbildungsprogramm zu Fragen der beruflichen Gleichstellung von Frauen und Männern an. Dabei sollen die Teilnehmenden durch die Erweiterung fachlicher, methodischer und sozialer Kompetenzen zu Fachleuten im Gleichstellungsprozess qualifiziert werden. Innerhalb der Weiterbildung wird eine Brücke geschlagen zwischen Wissensvermittlung, persönlicher Weiterentwicklung und Umsetzung in die Praxis. Das Seminar richtet sich an Frauen und Männer, die mehr über Gender Mainstreaming wissen wollen, Gender-Kompetenz für ihr eigenes Handlungsfeld entwickeln wollen, sich mit der gesellschaftlichen und sozialen Bedeutung von „Geschlecht“ auseinandersetzen wollen, Gender Mainstreaming in ihrer Organisation und im beruflichen Umfeld umsetzen wollen.

## 1.6 Konflikte in der Arbeitswelt

Die meisten Konflikte lassen sich gar nicht verhindern, wenn Menschen mit unterschiedlichen Interessen, Zielen, Ansichten, Gewohnheiten, Gefühlen und Wahrnehmungen aufeinandertreffen: Konflikte sind unvermeidbar und gehören zu unserem täglichen Leben dazu. Es hängt immer von der eigenen Sichtweise ab, ob einem Konflikt grundsätzlich positiv oder negativ gegenübergestanden wird. Dazu kommt, dass der Umgang mit Konflikten zum Kernbestand gewerkschaftlicher und polizeilicher Arbeit gehört. Sowohl die Handhabung von Routinetätigkeiten im täglichen Dienst als auch die Bewältigung besonderer Einsatzlagen sind im Wesentlichen Konfliktmanagement. Um zukünftig in einem Konflikt besser agieren und reagieren zu können, sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erkennen, welche verborgenen Kräfte in ihnen wirken, wenn sie einen Konflikt erleben, wie Glaubenssätze und Überzeugungen, Gefühle und Wahrnehmungen, Gedanken und Handeln zusammenspielen und sich gegenseitig bestimmen, welche Prozesse im Inneren und in der zwischenmenschlichen Interaktion dazu führen, dass ein Konflikt entsteht und eskaliert, welche Möglichkeiten der Entschärfung und Befriedung von Konflikten sie nutzen können. Durch unsere Seminare leisten wir einen aktiven Beitrag, um den Umgang mit Konflikten zu verbessern, Konflikte zufrieden stellend zu lösen und eigene Strategien für den Umgang mit Konflikten zu entwickeln. Diese Seminare haben eine sehr große Resonanz gefunden. Im Zusammenhang mit den dazu entwickelten Broschüren „Konfliktbewältigung“ und „Konfliktfähigkeit“ werden einfache, gut umsetzbare Konfliktlösungsmethoden vermittelt.

## 1.7 Mobbing am Arbeitsplatz

Mobbing heißt das aktuelle Stichwort: Es steht für Intrige, Schikane und Psychoterror. Beschäftigte werden – über einen längeren Zeitraum hinweg – gequält, ausgegrenzt und schließlich von ihrem Arbeitsplatz verdrängt. Gesundheitliche, psychische und physische Störungen sowie wirtschaftliche Nachteile für die Betroffenen, aber auch für die Dienststelle selbst sind die Folge. Als Ursachen können meist schlechte Arbeitsorganisation, mangelnde Personalführungskompetenzen und konkurrenzorientierte Umgangsformen festgestellt werden. Mobbing ist ein weit verbreitetes Phänomen, unter dem immer mehr Menschen leiden. Im schlimmsten Fall kann Mobbing sogar Auslöser für akute und chronische Krankheiten sein. Durch Mobbing kommt es in Organisationen zu: Ausfall- und Fehlzeiten, reduzierter Leistungsfähigkeit und -bereitschaft, Reibungsprozessen und aufgrund der schlechten Stimmung oft zu einer reduzierten Motivation bei allen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen. Letztlich kostet Mobbing Kraft, Energie und Geld – und zwar die Betroffenen, die Unternehmen und auch den Staat. Mobbing schadet

also auf ganzer Linie. Gewerkschaft und Personalräte sind gefragt, den Beteiligten hilfreich zur Seite zu stehen und den Schaden zu begrenzen. In diesem Seminar wollen wir die Möglichkeiten untersuchen, durch Hilfen für die Betroffenen sowie Maßnahmen zur Verbesserung des Betriebsklimas und zur Konfliktlösung Mobbing-Aktivitäten vorzubeugen oder diese zu beenden. Ziel des Seminars ist, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer klar erkennen können, was Mobbing ist, und über ein Instrumentarium verfügen, um sich gegen Mobber und Mobbinghandlungen erfolgreich zur Wehr zu setzen. Andererseits soll den Teilnehmerinnen und Teilnehmern vermittelt werden, welche rechtlichen Möglichkeiten es gibt, um andere Kolleginnen und Kollegen zu unterstützen, wenn sie sich in einer Mobbingsituation befinden.

## 1.8 Richtig verhandeln lernen

Im Arbeitsalltag gibt es zahlreiche – oft verfahrene – Situationen, in denen kontroverse Standpunkte zu Spannungen führen, so dass eine gemeinsame Lösung und damit ein tragfähiges Ergebnis nicht mehr möglich scheinen. In diesem Seminar lernen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer Vorgehensweisen kennen, die die Starrheit der unterschiedlichen Ausgangspositionen in flexible Alternativen umzuwandeln vermögen und dabei dennoch für alle Verhandlungsparteien akzeptabel sind. Sie gewinnen einen vertieften Einblick in den „Prozess des Verhandelns“ und können dabei ihre persönliche Verhandlungsfähigkeit steigern. Das Seminar richtet sich an Personalratsmitglieder, Gleichstellungsbeauftragte und Funktionsträger/-innen, die ihre Fähigkeit, zu verhandeln, erweitern und verbessern wollen, um ein/e kompetentere/r Ansprechpartner/-in von Politik, Dienststellenleitung und Personalleitung zu sein. Personalratsmitglieder – insbesondere Personalratsvorsitzende –, die häufig Verhandlungen mit dem Arbeitgeber durchführen müssen und einen vertieften Einblick in den Prozess des Verhandelns gewinnen wollen, um somit die eigene Verhandlungsführung in der Wahrnehmung der Vertretungsaufgaben zu verbessern. Die Teilnehmer/-innen sollen die wichtigsten Gesprächstechniken zur Verhandlungsführung kennen lernen; sie sollen die Wirkung geeigneter Kommunikation kennen und zielorientiert eine Argumentationslogik aufbauen können. Sie sollen über die Kenntnisse verfügen, wie sie Argumente in der Verhandlungsführung unter Beachtung der gesetzlichen Bestimmungen effektiv einbringen können. Sie sollen wissen, wie Verhandlungen vorzubereiten sind (Zielsetzung, Planung, Strategie) und das eigene Gesprächsverhalten überzeugender zu gestalten ist. Die Teilnehmer/-innen sollen lernen, kritische Gesprächssituationen besser zu erkennen und zu bewältigen, um somit ihren Vertretungsauftrag effektiver erfüllen zu können.

## 1.9 Die Europäische Union

Die in Kooperation mit der Karl-Arnold-Stiftung in Brüssel, Den Haag und Straßburg durchgeführten Seminare zum Thema „Die Europäische Union: Institutionen und die Politikfelder Innen und Justiz unter besonderer Berücksichtigung der Beziehungen zur Republik Frankreich“ wurden von unseren Kolleginnen und Kollegen sehr gut angenommen. Die Seminare vermittelten einen Überblick über unterschiedliche Rechtsstrukturen in Europa, aber auch über Möglichkeiten zur konkreten polizeilichen Zusammenarbeit über Staatsgrenzen hinweg. Es wurden Informationen über die Tätigkeit und die Zuständigkeiten der einzelnen Institutionen der EU gegeben und Gespräche mit Vertretern des Europarates und des Europäischen Parlamentes geführt. Ein Besuch bei EUROPOL gehörte ebenfalls zum Programm dieser Seminare.

## 1.10 Seminare vorbereiten und durchführen

Diese zweiteilige Seminarreihe richtet sich an diejenigen Kolleginnen und Kollegen, die zur Unterstützung der Bildungsarbeit in ihren Landesbezirken selbst Seminare durchführen wollen. Ihnen werden Grundlagen der Moderation, der Präsentation und der Visualisierung ebenso vermittelt wie Kenntnisse in Kommunikation und Planung sowie Vorbereitung von Seminaren. Der Einsatz verschiedener Arbeitstechniken für das Lernen in Gruppen und didaktisch-methodische Grundkenntnisse sind ebenfalls Bestandteil dieser Seminarreihe. Im zweiten Baustein werden Fragen der Gruppendynamik und der Steuerung von Gruppen in Lernprozessen behandelt. Die Seminare werden mit Studienbriefen begleitet. Viele der Kolleginnen und Kollegen, die diese Seminarreihe besucht haben, führen inzwischen selbst erfolgreich Seminare durch.

Wesentliche Seminarinhalte sind:

- Seminargestaltung – das Leiten von Gruppen – Gruppendynamik
- Die Dimensionen der Teamarbeit: Inhalt – Interaktion
- Moderationstechniken
- Zielfindung, Entscheidungsprozesse, Ergebnisbeurteilung
- Arbeit in und mit Arbeitsgruppen
- Formen und Methoden der Visualisierung
- Kommunikationsgrundlagen der Seminarleitung

## 1.11 Training Verhandlungsleitungen

Im Seminar werden Methoden und Handlungsweisen vermittelt und eingeübt, die es ermöglichen, Konferenzen und Tagungen so zu moderieren, dass sie straff, produktiv und in einem positiven Arbeitsklima ablaufen. Elemente der „Moderationsmethode", Mittel zur Steuerung von Gesprächsprozessen, gesprächspsychologisches und sprechwissenschaftliches Hintergrundwissen sowie gezielter Medieneinsatz gehören zu den Bausteinen, die den Teilnehmern eine erfolgreichere Gesprächspraxis ermöglichen sollen.

## 1.12 Tagung der Bildungsbeauftragten der Landesbezirke und Bezirke

Alljährlich finden mit den Bildungsbeauftragten der Landesbezirke/Bezirke zwei- bis dreitätige Tagungen statt. Neben einem Erfahrungsaustausch über den Stand der Bildungsarbeit, der immer restriktiveren Freistellungsregelungen und neuen Seminarinhalten werden Ideen im Bildungsbereich ausgetauscht.

Bei der im Dezember 2009 stattgefundenen Tagung wurden Themen diskutiert, wie

- Welche Ziele soll/muss die GdP-Bildungsarbeit der Zukunft haben?
- Was für Formen/Methoden sind für eine moderne und wirkungsvolle GdP-Bildungsarbeit wünschenswert bzw. zwingend erforderlich?
- Wird es künftig noch notwendig sein, auf Bundesebene Seminare und andere Bildungsveranstaltungen anzubieten/durchzuführen?

Tenor: Bildungsarbeit ist eine Investition in die Zukunft und darf nicht eingeschränkt werden.

## 1.13 Statistisches

Einen Überblick über die Anzahl der im Berichtszeitraum durchgeführten Seminare, die Anzahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer und den Anteil der GdP-Landesbezirke und -Bezirke an den Seminarteilnehmerinnen- und Teilnehmern geben die folgenden Übersichten.

Im Berichtszeitraum fanden 68 Seminare statt.

### Zentrale Seminare 2006 bis 2010

| Jahr | durchgeführte Seminare | Anzahl der Teilnehmerinnen | Anzahl der Teilnehmer | Teilnehmer gesamt |
|---|---|---|---|---|
| 2006 | 15 | 80 | 188 | 268 |
| 2007 | 16 | 94 | 180 | 274 |
| 2008 | 14 | 83 | 182 | 265 |
| 2009 | 16 | 60 | 225 | 285 |
| 2010* | 7 | 26 | 93 | 119 |
| **Gesamt** | **68** | **343** | **868** | **1211** |

*bis März

### Anzahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus den Landesbezirken

| TN LB | BW | BY | BE | BB | HB | Bpol | BKA | HH | HE | MV | NI | NW | RP | SL | SN | ST | SH | TH | Gesamt |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2006 bis 2010 | 31 | 58 | 82 | 126 | 60 | 87 | 31 | 35 | 107 | 48 | 80 | 24 | 112 | 98 | 59 | 54 | 64 | 55 | 1211 |

**Zentrale Seminare 2006 - 2010**
Teilnehmende nach Landesbezirken/Bezirken (weiblich/männlich)

| Jahr | 2006 | | 2007 | | 2008 | | 2009 | | 2010 | | Ges. | Ges. | Ges. | Ges. | Insgesamt |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Seminare | 13 | | 14 | | 12 | | 14 | | 6 bis März | | | | | | 59 |
| | F | M | F | M | F | M | F | M | F | M | F | F % | M | M % | F + M |
| 01. Baden-Württemberg | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 5 | 0 | 7 | 0 | 8 | 8 | 25,81% | 23 | 74,19% | 31 |
| 02. Bayern | 2 | 8 | 7 | 7 | 7 | 6 | 1 | 10 | 3 | 7 | 20 | 34,48% | 38 | 65,52% | 58 |
| 03. Berlin | 5 | 11 | 10 | 13 | 3 | 14 | 1 | 17 | 1 | 7 | 20 | 24,39% | 62 | 75,61% | 82 |
| 04. Bremen | 2 | 10 | 7 | 14 | 3 | 8 | 3 | 8 | 1 | 4 | 16 | 26,67% | 44 | 73,33% | 60 |
| 05. Bezirk BP | 1 | 15 | 2 | 8 | 3 | 16 | 2 | 23 | 1 | 16 | 9 | 10,34% | 78 | 89,66% | 87 |
| 06. Bezirk BKA | 5 | 6 | 3 | 7 | 2 | 3 | 2 | 3 | 0 | 0 | 12 | 38,71% | 19 | 61,29% | 31 |
| 07. Hamburg | 2 | 8 | 1 | 7 | 0 | 8 | 2 | 7 | 0 | 0 | 5 | 14,29% | 30 | 85,71% | 35 |
| 08. Hessen | 13 | 15 | 7 | 15 | 7 | 11 | 5 | 20 | 2 | 12 | 34 | 31,78% | 73 | 68,22% | 107 |
| 09. Niedersachsen | 4 | 5 | 4 | 11 | 8 | 22 | 4 | 16 | 3 | 3 | 23 | 28,75% | 57 | 71,25% | 80 |
| 10. Nordrhein-Westfalen | 0 | 4 | 6 | 2 | 1 | 2 | 5 | 0 | 1 | 3 | 13 | 54,17% | 11 | 45,83% | 24 |
| 11. Rheinland-Pfalz | 4 | 20 | 5 | 19 | 4 | 17 | 4 | 20 | 4 | 15 | 21 | 18,75% | 91 | 81,25% | 112 |
| 12. Saarland | 3 | 18 | 3 | 15 | 9 | 19 | 3 | 19 | 2 | 7 | 20 | 20,41% | 78 | 79,59% | 98 |
| 13. Schleswig-Holstein | 2 | 8 | 5 | 6 | 3 | 11 | 5 | 22 | 2 | 0 | 17 | 26,56% | 47 | 73,44% | 64 |
| 14. Brandenburg | 16 | 30 | 9 | 16 | 9 | 20 | 8 | 16 | 1 | 1 | 43 | 34,13% | 83 | 65,87% | 126 |
| 15. Mecklenburg-Vorpommern | 1 | 5 | 4 | 6 | 8 | 5 | 5 | 13 | 1 | 0 | 19 | 39,58% | 29 | 60,42% | 48 |
| 16. Sachsen | 7 | 15 | 5 | 13 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 5 | 20 | 33,90% | 39 | 66,10% | 59 |
| 17. Sachsen-Anhalt | 8 | 7 | 8 | 8 | 4 | 6 | 2 | 9 | 1 | 1 | 23 | 42,59% | 31 | 57,41% | 54 |
| 18. Thüringen | 4 | 2 | 4 | 11 | 5 | 6 | 6 | 12 | 1 | 4 | 20 | 36,36% | 35 | 63,64% | 55 |
| **Teilnehmer - Gesamt** | **80** | **188** | **94** | **180** | **83** | **182** | **60** | **225** | **26** | **93** | **343** | **28,32%** | **868** | **71,68%** | **1211** |

## 2 Bereich Werbung

Die Werbung neuer Mitglieder gehört zu den ureigensten Interessen einer Gewerkschaft. Dieser Grundgedanke muss bei den Berufsanfängern ebenso greifen wie bei der Werbung neuer Mitglieder, die schon mehrere Jahre Beschäftigte bei der Polizei sind. So wie bei jungen Polizeibeschäftigten erst einmal die Notwendigkeit für eine Mitgliedschaft in der GdP geweckt werden muss, gilt es bei langjährigen Beschäftigten, diese von den Erfolgen der GdP und von einer mitgliederstarken Interessenvertretung für alle Polizeibeschäftigten zu überzeugen.

Neben den Aktivitäten, neue Mitglieder zu gewinnen, richtet sich ein Fokus der GdP auf das bereits seit Jahren treue Mitglied. Immer wieder ist es eine Herausforderung für die Funktionäre und Vertrauensleute vor Ort, die GdP-Mitglieder von der guten Arbeit und vom Einsatz der GdP zu überzeugen, Entscheidungen und/oder Beschlüsse müssen erklärt und auf eine breite Basis gestellt werden.

In den verschiedensten Projekten, die mit Teilnehmern/-innen aus mehreren Ländern und Bezirken besetzt sind, werden Aufgaben bewältigt und nach Lösungen gesucht.

### 2.1 Projekte

#### *2.1.1 Projekt „AG Werbung“*

Auf der BV-Klausurtagung im Februar 2007 wurde beschlossen, eine Arbeitsgruppe einzurichten, die Wege aus der rückläufigen Mitgliederentwicklung sucht. Ziel war und ist es, Konzepte zu entwickeln, um mehr Mitglieder aus dem Bestand zu werben. Im Mai 2007 traf sich die AG, bestehend aus einigen Werbebeauftragten, Kreisgruppenvorsitzenden, GLV-Mitgliedern, einer Vertreterin der Frauengruppe und einem Vertreter der JUNGE GRUPPE sowie einigen hauptamtlichen Mitarbeitern/-innen aus Bund und Ländern, zu einer ersten Sitzung.

Es wurde vereinbart, dass in einem ersten Schritt diejenigen, die tagtäglich mit den Mitgliedern Kontakt haben, unsere Kreis- und Bezirksgruppen, angeschrieben werden mit dem Ziel, den Bedarf der Untergliederungen an Argumentationshilfen für eine Mitgliedschaft und Anregungen zu erhalten. Ebenso wurden die Mehrfachwerber der vergangenen Monate angeschrieben. Ihnen wurde für ihre Werbebemühungen gedankt und um Unterstützung gebeten. Ca. 15 % der Untergliederungen haben geantwortet und, teilweise, die Rückantwortformulare mit längeren Schreiben und Ausführungen versehen. Grundtenor der Anmerkungen war, dass:

- die Führungskräfte der GdP zu wenig Basisnähe haben,
- alle, auch Nichtmitglieder von Betreuungsmaßnahmen wie Fußball-WM oder Castortransporte profitieren und aus diesem Grund die Notwendigkeit einer Mitgliedschaft nicht gesehen wird,
- auch Nichtmitglieder von den GdP-Erfolgen profitieren,
- Konkurrenzorganisationen einen viel günstigeren Mitgliedsbeitrag haben,
- VL-Schulungen unbedingt gewünscht werden,
- die Kreisgruppen die Initiative des Bundesvorstandes sehr begrüßen.

Der Wunsch nach Argumentationshilfen, insbesondere „Reaktionen auf Vorbehalte gegenüber der GdP“ wurde bei 80 % der Rückmeldungen als dringend erforderlich genannt.

In einer weiteren Sitzung wurden die teilweise sehr ausführlichen Rückmeldungen aus den KG diskutiert. Die AG-Teilnehmer/-innen stellten fest, dass es immer wieder erstaunlich ist, dass gewisse Gepflogenheiten wie Jubilar-Ehrungen nicht bekannt und Broschüren, Informationen nicht gelesen werden. Aus diesem Grund haben sich die Teilnehmer/-innen der AG Gedanken über eine ansprechende/moderne Form der Informationsvermittlung gemacht. Die geplanten Konzepte

- „11 gute Gründe für eine Mitgliedschaft“
- Gründe/Argumente für eine Mitgliedschaft
- Vorbehalte gegenüber einer Mitgliedschaft

sollen in Form von Karten mit einem Ringverschluss oder evtl. als Taschenkalender erstellt werden. Diesbezügliche Angebote wurden eingeholt. Letztendlich entschied sich die AG für ein Kartenset, das die oben aufgeführten Inhalte beinhalten. Es konnte im März 2008 an alle LB/Bezirke verteilt werden. Durch einen Artikel in der DP-Ausgabe April 2008 wurden auch die Vertrauensleute und Kreisgruppen auf dieses neue Medium aufmerksam gemacht.

In einer weiteren Sitzung wurde das ursprüngliche Ziel dieser AG, mehr Mitglieder aus dem Bestand zu werben, um das Ziel, Anwärter/-innen für die GdP zu gewinnen und verstärkt zu werben, erweitert. Zu diesen AG-Sitzungen werden punktuell auch Kollegen/-innen aus gut funktionierenden Kreisgruppen eingeladen, um somit immer wieder neue „Inputs“ hinsichtlich der Mitgliederwerbung zu gewährleisten.

Es konnte festgestellt werden, dass ein positiver Trend bei den Werbungen aus dem Bestand zu verzeichnen ist. Die Teilnehmer/-innen der AG stellten ihre Erfahrungen vor. Die kontinuierliche Betreuung bei Einsätzen durch die GdP, ein funktionierendes Vertrauensleutesystem, Ansprache auf der gleichen Ebene (junge GdPler sprechen Anwärter/-innen an, Senioren sprechen Senioren an), nette Ideen/Gesten auf den Dienststellen, um die GdP darzustellen (Schoko-Ostereier mit der Aufschrift: „Ich hab dich zum Fressen gern!“), schnelle unbürokratische Hilfe: Dies und vieles mehr sind Möglichkeiten, um die GdP positiv darzustellen.

Es wurde der Wunsch geäußert, verstärkt Multiplikatoren bzw. Werbeteams von der Bundesgeschäftsstelle ausbilden zu lassen, damit diese in den Landesbezirken/Bezirken wiederum Kreisgruppen-Mitglieder, Vertrauensleute usw. schulen können. Ein Schwerpunkt sollte in der richtigen Gesprächsführung, dem optimalen Einsatz von Werbemitteln, Grundsatzwissen über die GdP und der Vorbereitung von Aktionen liegen. In persönlichen Gesprächen muss geklärt werden, was die Neumitglieder von der GdP erwarten. Bei der Ansprache von Neumitgliedern sollte man sich an deren

Lebenssituation orientieren, z. B. Studienanfängern entsprechende Materialien zur Verfügung stellen und diese bis zur Staatsprüfung betreuen.

### *2.1.1.2 Multiplikatorenschulungen für Vertrauensleute*

In einem weiteren Schritt fanden Multiplikatorenseminare auf Bundesebene statt. Der erste Teil des zweistufigen Seminars fand im November 2009 und der zweite im März 2010 für VL-Multiplikatoren statt. Die Vertrauensleutearbeit stärken, sie auf eine breite Basis stellen, Detailwissen vermitteln u. v. m. war das Ziel des Multiplikatorenseminars, das mit 17 Vertretern aus verschiedenen Landesbezirken und der Bundespolizei im ersten Seminarteil stattgefunden hat. Den Teilnehmern konnte ein umfangreiches Wissen über die GdP, ihre Strukturen, Geschichte, ihre Erfolge, internationales Engagement und rechtliche Grundlagen vermittelt werden. Ein wichtiger Baustein in diesen beiden Seminarteilen waren die verschiedenen Techniken der Methodik und Didaktik, der Körpersprache und der Wege, sich und andere zu motivieren. Einige der Teilnehmer hatten im Anschluss an das erste Seminar bereits Schulungen in ihren Landesbezirken durchgeführt und konnten beim zweiten Seminarteil im März 2010 auf einige Erfahrungen im Bereich der Vertrauensleuteschulungen zurückblicken. Der Schwerpunkt des zweiten Teils lag bei der Vermittlung der Methodik und Didaktik und bei Thematiken, die während des ersten Seminarteils gewünscht wurden.

### *2.1.2 Aktivprogramm Senioren (APS), Ansprechpartner für Senioren (APS)*

Die positive Mitgliederentwicklung bei den Senioren/-innen durch die intensive Betreuung u. a. durch das APS-Projekt führte zu einer Weiterentwicklung des Projekts. Eine Arbeitsgruppe, bestehend aus Vertreter/-innen der Landesbezirke und Bezirke, war sich einig, dass das APS weiterentwickelt und fortgeführt werden muss. Man kam überein, dass die Inhalte der Mappe aktualisiert, neue interessante Angebote für die Seniorenarbeit hinzugefügt und die Vorsorgedokumente überarbeitet werden müssen.

Es wurde festgestellt, dass die Nutzung der Unterlagen auf einer CD nach wie vor nur für einen eingegrenzten Teil der Ansprechpartner möglich ist und daher nicht weiter verfolgt werden sollte. Besser sei es, die Unterlagen zu drucken und eine Erstausstattung davon den APS zur Verfügung zu stellen. Die Unterlagen, Hinweise und Beispiele sollen im geschlossenen Mitgliederbereich der GdP allen APS zur Verfügung stehen. Es wurde am Prinzip festgehalten, dass die Unterlagen nur den APS zugänglich sein sollen, damit sie von diesen zur Herstellung persönlicher Kontakte zu den Kolleginnen und Kollegen der Seniorengruppen genutzt werden können.

Bei der gemeinsamen Bestandsaufnahme zur Umsetzung des APS in den Landesbezirken und Bezirken wurde deutlich, dass es große Unterschiede bei der Durchführung des Projektes gibt. Dort, wo APS umgesetzt wird, hat sich die Zufriedenheit der Seniorinnen und Senioren mit der GdP deutlich verbessert. Auch innerhalb der Landesbezirke gibt es Unterschiede bei der Umsetzung des Projektes, da nicht alle Kreisgruppen gleichermaßen aktiv sind.

Einig war man sich, dass APS ein wichtiger und unverzichtbarer Baustein bei der Betreuung der Seniorinnen und Senioren ist. Das APS gibt viele Impulse und insbesondere durch die Vorsorgedokumente die Möglichkeit, mit den Senioren direkt in Kontakt zu kommen. Das ist ein großer Gewinn, den das APS bewirkt, wenn es angenommen und umgesetzt wird. Es wurde vereinbart, innerhalb der Landesbezirke/Bezirke einen regelmäßigen Erfahrungsaustausch durchzuführen, und darüber hinaus, dass die APS-Verantwortlichen der Landesbezirke und Bezirke regelmäßig einmal im Jahr ihre Erfahrungen auf Bundesebene austauschen und Hinweise für die weitere Verbesserung des APS geben.

Im Vorfeld wurden die von den Landesbezirken/Bezirken benannten Multiplikatoren in zwei Seminaren Anfang März 2009 von der für Seniorenpolitik zuständigen Abteilung sowie der Abt. Werbung geschult.

### *2.1.3 Kreisgruppen-Mappen*

In der Vergangenheit hat sich gezeigt, dass bei einem Wechsel im Vorstand der Untergliederungen nicht immer alle aktuellen Unterlagen an die Nachfolgerin/den Nachfolger weitergegeben werden. Aus diesem Grund wurden die Landesbezirke/Bezirke gebeten, in ihren Kreisgruppen den Bedarf nach den KG-Mappen zu erfragen, um diese dann aktualisiert auszuhändigen. In diesem Zusammenhang wurden die Broschüren Finanzpraxis I und Finanzpraxis II überarbeitet und neu gedruckt.

### *2.1.4 Projekt „Das Mitgliederwerbegespräch“ (CD/Hörbuch)*

Den Erfolg von Hörbüchern möchte auch die Gewerkschaft der Polizei nutzen, um ein wichtiges Projekt „Das Mitgliederwerbegespräch“ in Form dieses Mediums umzusetzen.

Bei Umfragen und in Gesprächen mit Mitgliedern und Noch-Nichtmitgliedern wird Folgendes deutlich:

- Viele Noch-Nichtmitglieder sind von der GdP überzeugt, ihr zugetan, wurden jedoch noch nie auf eine Mitgliedschaft in der GdP angesprochen.
- Viele Mitglieder scheuen das konkrete Werbegespräch, weil sie sich dafür nicht „fit“ genug halten und/oder Angst vor der „Niederlage“ haben.

In dem Hörbuch wird u. a. motiviert, dass in diesem konkreten Fall „der Niederlage/des Nichtunterschreibens“ nichts passiert ist. Das Noch-Nichtmitglied hat lediglich die Beitrittserklärung nicht oder noch nicht unterschrieben.

Die CD gibt Tipps zur Vorbereitung auf das Gespräch, beinhaltet Hinweise zur Gesprächsführung, beleuchtet Unsicherheiten und Ängste. Zu Wort kommen Externe, Sportler zum Thema Motivation und Gewerkschafter.

## 2.2 Tagungen

### *2.2.1 Tagung der Werbebeauftragten*

Im Anschluss an die Tagungen der Bildungsbeauftragten finden die Tagungen der Werbebeauftragten statt. Einen Schwerpunkt bilden der Austausch von Erfahrungen bei der Gewinnung von Mitgliedern und die Vorstellung von Werbeprojekten und Werbebroschüren. Einen Teil der Tagungen nehmen die Umsetzung der Polizeireformen in den Ländern und beim Bund und die damit verbundene veränderte Personalratstätigkeit ein.

Die Tagungen dienen ebenfalls dem Ziel, neue Werbeprojekte bzw. Strategien mit den Teilnehmern/-innen zu besprechen bzw. zu konzipieren und neue Medien vorzustellen.

Bei der im Dezember 2009 stattgefundenen Tagung wurden Themen in Form eines World-Cafés erarbeitet:

- Was benötigen wir, um erfolgreich(er) werben zu können?
- Was müssen/können wir tun, damit Werbung überall gleich gut funktioniert?
- Gibt es Dinge, durch die der Bund die Werbung in den Landesbezirken/Bezirken wirkungsvoll unterstützen kann?

Neben Grundlagenschulungen und Werbetrainings, der Bildung von Netzwerken, dem Austausch von Ideen, der Berücksichtigung von regionalen Besonderheiten sollten auch Verkaufsschulungen für Werber angeboten werden.

### *2.2.2 Gemeinsame Tagung der Bildungs- und Werbebeauftragten und weiterer Mitglieder der Landesbezirke/Bezirke*

Die im Jahre 2008 stattgefundene Tagung richtete sich neben den Bildungs- und Werbebeauftragten auch an weitere Kollegen/-innen aus den Landesbezirken und Bezirken. Gastreferent war der österreichische Gewerkschaftssekretär Willi Mernyi, der sehr überzeugend und anschaulich über erfolgreiche Kampagnen in Österreich referierte. In seinem Referat nahm er Bezug auf Kampagnen des ÖGB (Österreichischer Gewerkschaftsbund), die medienwirksame Inszenierung von Kampagnen, Regeln, aber auch darauf, wie mit Misserfolg und Widerstand umgegangen werden kann.

## 2.3 Medien/Broschüren

### *2.3.1 CD-ROM „Stressbewältigung“*

Als weiteres Arbeitsmaterial, aber auch als Ergänzung zu den gleichnamigen Seminaren konnte auf dem letzten Bundeskongress bereits ein Vorabdruck der CD verteilt werden. In den nachfolgenden Wochen erfolgte der Versand an die Landesbezirke/Bezirke. Die CD ist eine interaktive Arbeits- und Lern-CD und richtet sich in erster Linie an Kollegen/-innen, die sich aufgrund ihrer gewerkschaftlichen und/oder beruflichen Position mit diesem Thema auseinandersetzen müssen. Insbesondere wurde sie für Funktionäre in der GdP, Personalräte, Gleichstellungsbeauftragte, Fachlehrer, Verhaltenstrainer, IF-Trainer und für Kollegen/-innen, die in der gewerkschaftlichen Bildung tätig sind, erstellt. Die große Nachfrage nach den CDs machte im Sommer 2009 einen Nachdruck erforderlich.

### *2.3.2 Image-Broschüre*

Im Frühjahr 2007 wurde die neue Image-Broschüre mit dem 4-seitigen Landesbezirks-/Bezirks-Innenteil fertig gestellt und konnte rechtzeitig vor den Frühjahrseinstellungen an die Landesbezirke/Bezirke versandt werden. Die Darstellung über die Aufgabenfelder der GdP, der Aufbau und die Struktur der GdP, Personalratstätigkeit, der Einsatz für die Tarifbeschäftigten und Personengruppen, Leistungen, Aufgabenfelder von EuroCOP und DGB sind Inhalt der altbewährten Broschüre. Neu ist der Abdruck einer Beitrittserklärung im Innenteil. Bei der Gestaltung fanden beide Polizeifarben Berücksichtigung. Viele Landesbezirke/Bezirke nutzten Anfang 2009 die Möglichkeit eines Nachdrucks und der Korrekturen des Landesteils.

### *2.3.3 Broschüren „Finanzpraxis I“ und „Finanzpraxis II“*

Die im Jahre 2004 erstellten Broschüren entsprachen nicht mehr dem aktuellen fiskalischen Stand und wurden 2008 überarbeitet und neu gedruckt.

### *2.3.4 Broschüre „Vorbereitung auf den Ruhestand“*

Die bei den angehenden Ruheständlern und den Senioren sehr beliebte Broschüre „Vorbereitung auf den Ruhestand“ wurde aktualisiert und mit einem neuen Layout gedruckt. Die Broschüre ist ein gutes Medium, um begleitend – zu den von den Landesbezirken/Bezirken angebotenen Seniorenseminaren – eingesetzt zu werden. Zeitgleich mit der nachstehend aufgeführten APS-Broschüre erfolgte im Mai 2009 der Versand an die Landesbezirke/Bezirke.

### *2.3.5 Broschüre APS – **A**nsprech**p**artner für **S**enioren oder auch **A**ktiv**p**rogramm **S**enioren*

Beide Begriffe spiegeln den Inhalt dieses Projektes und der Broschüre wider. Die Broschüre enthält Formulare zu persönlichen Angaben, Betreuungs- und Patientenverfügung, Kontovollmachten, Auflistung von Bankverbindungen, Aufbewahrungsorte von Dokumenten, Sparbüchern usw. und gibt Erläuterungen und rechtliche Hinweise. Weiter reichende Informationen sind unter dem APS-Projekt auf Seite 60 nachzulesen.

### 2.3.6 Kartenset „Argumente für eine Mitgliedschaft“

Wie oft passiert es einem – selbst als überzeugter und engagierter GdPler –, Argumente für eine Mitgliedschaft zu liefern. Dieses Kartenset besteht aus 11 guten Gründen für eine Mitgliedschaft und gibt Argumentationshilfen zu Vorbehalten gegenüber einer Mitgliedschaft. Das ansprechende Layout sorgt zusätzlich für die Aufmerksamkeit auf dieses Medium.

### 2.3.7 Erste-Hilfe-Infoflip

Ein in Form und Inhalt ganz anders geartetes Medium, das die Kollegen/-innen im Einsatz vor Ort bei deren Tätigkeit unterstützen soll. Der Infoflip gibt wertvolle Hinweise, wie bei einem Notfall erste Hilfe geleistet wird.

Gegen Vorlage des Gutscheincoupons erhält jede/r Delegierte am Infostand der Abt. Werbung einen Erste-Hilfe-Infoflip ausgehändigt.

### 2.3.8 Fußball-WM-Planer 2010

Mittlerweile ist es schon zur Tradition geworden, dass die Abt. Werbung einige Monate vor der Fußball-WM dieses sportliche Großereignis aufgreift und ihre Mitglieder mit einem WM-Planer ausstattet.

## 2.4 Arbeitshilfen

### 2.4.1 Arbeitshilfe 11 „Konfliktbewältigung“

Die im Jahre 2002 erstellte Arbeitshilfe, die neben der gleichnamigen CD eine sinnvolle Unterstützung bei Seminaren zu dieser Thematik darstellt, wurde 2007 nachgedruckt.

### 2.4.2 Arbeitshilfe 15 „Argumente gegen Rechts“

Die im Jahre 2003 erstellte Arbeitshilfe 12 „Argumente gegen Rechts“ wurde vom Verfasser komplett überarbeitet. Neu ist die Praxisnähe, mit der Tipps zum gezielten Kontern gegen rechte Argumente gegeben werden. Ebenfalls fand internes NPD-Material, das für deren Kaderschulung und für die Schulung der rechten Mandatsträger benutzt wird, Berücksichtigung. Ziel ist es, dieses Gedankengut argumentativ zu widerlegen. Ebenso wurde das Thema Zuwanderung berücksichtigt. Aufgrund der weit reichenden Korrekturen erhielt die Arbeitshilfe eine neue fortlaufende Nummerierung, die Arbeitshilfe 15.

### 2.4.3 Kartenset „Argumente gegen Rechts“

Eine Ergänzung zur Arbeitshilfe 15 stellt das Kartenset dar. Kurz und knapp liefert es Argumente gegen rechtes Gedankengut und Hinweise zur argumentativen Vorgehensweise, z. B. nicht frontal kontern, sondern mit einer Gegenfrage oder Definitionen hinterfragen.

### 2.4.4 Nachdruck der Arbeitshilfe 15 und des Kartensets „Argumente gegen Rechts“

Die große Nachfrage bei unseren Mitgliedern, den DGB-Gewerkschaften, Landesregierungen und sehr vielen Projektbüros bzw. Beratungsstellen gegen Rechtsextremismus erforderte einen Nachdruck. Da von Externen teilweise größere Mengen dieser Materialien angefordert wurden, hat sich die Abt. Werbung entschlossen, die uns entstandenen Druckkosten an Externe weiter zu berechnen.

### 2.4.5 Arbeitshilfe 13 „Konfliktfähigkeit“

Ein Thema, das nicht nur Personalräte und Vorgesetzte interessiert. Auch bei dieser Arbeitshilfe war die Nachfrage sehr groß, so dass Ende 2009 ein Nachdruck erforderlich war.

### 2.4.6 Arbeitshilfe 16 „Mobbing und psychische Gewalt am Arbeitsplatz“

Auch die Arbeitshilfe 9 „Mobbing am Arbeitsplatz“ war vergriffen. Die Überarbeitung der Texte mit neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen machte eine Fortführung in der laufenden Nummerierung der Arbeitshilfen erforderlich. Im Frühjahr 2010 konnte die neue Arbeitshilfe ausgeliefert werden.

# 3 JUNGE GRUPPE (GdP)

Die Junge Gruppe (GdP) ist angetreten, die Mitgliederverluste zu stoppen!

Und sie hat dieses Ziel Schritt für Schritt erreicht. In den vergangenen vier Jahren war das Thema Mitgliederwerbung ein wichtiger Schwerpunkt unserer Arbeit. Wir haben in Projekten, Tagungen und vielen Sitzungen nach Lösungen gesucht und gute Ideen entwickelt. Die Früchte haben wir im Herbst 2009 geerntet. Wir haben über 65 % der jungen Kolleginnen und Kollegen zum Mitmachen in der GdP gewinnen können.

Dies zeigt: Wir sind auf dem richtigen Weg. Das heißt aber nicht, dass unsere Bemühungen jetzt aufhören. Wir müssen weiter aktiv auf junge Beschäftigte in der Polizei zugehen und sie für die Mitarbeit in der GdP gewinnen.

Wir müssen berücksichtigen, dass die jungen Menschen vor ihrem Eintritt in die Polizei kaum Erfahrung mit gewerkschaftlicher Arbeit und solidarischer Interessenvertretung haben. Für sie beginnt mit dem ersten Tag in der Polizei ein gewerkschaftspolitischer Lernprozess, dessen Erfolg maßgeblich von der Gestaltung durch unsere Funktionäre – egal ob jung oder alt – abhängig ist. Das heißt: Die Dienststelle ist nach wie vor unser zentrales Handlungsfeld und der Ort, wo wir mit jungen Menschen ins Gespräch kommen; sie ist der Ausgangspunkt unserer Aktivitäten. Unsere sonstigen Strukturen und Aktivitäten können diesen Prozess nur stabilisieren und unterstützen – ihn jedoch nicht ersetzen.

Der Jugend gehört die Zukunft!

Der Stellenwert der Jugendarbeit kann jedoch nicht mit dieser Losung herbeigeredet werden. Vielmehr sind auch von der Mutterorganisation Glaubwürdigkeit, das Zulassen von Eigenständigkeit, ein Freiraum für das Experimentieren, finanzielle wie auch personelle Unterstützung und die ernsthafte Auseinandersetzung mit Jugendpositionen gefordert.

Es hängt aber von uns, der JUNGE GRUPPE (GdP) selbst ab, ob die vorhandenen Orte und Räume konsequent genutzt und ausgefüllt werden. Dieser Prozess und damit der Stellenwert von Jugendarbeit werden entscheidend geprägt von den handelnden Menschen. Wir müssen uns immer fragen, ob wir in der Vergangenheit den Streit für das gemeinsame Ziel und über den richtigen Weg überzeugend geführt haben.

**„Gemeinsam gewinnen“** – die Junge Gruppe (GdP) bringt sich aktiv in die Gewerkschaft der Polizei ein.

## 3.1 JUNGE GRUPPE (GdP) aktiv

### *3.1.1 Werbung*

Die JUNGE GRUPPE (GdP) hat das Thema Mitgliederwerbung seit 2007 als Schwerpunkt besetzt. Ziel war es, natürlich neue Mitglieder zu werben, aber auch, die Werbetätigkeit über das ganze Jahr systematisch koordiniert in die Arbeit der JUNGE GRUPPE (GdP) vor Ort zu verankern.

Im Pilotbezirk Hessen haben die Mitglieder des Projektteams auf ihren Treffen konkrete Ziele für das Projekt und erste Sofortmaßnahmen verabredet. Ab Anfang 2007 fand dann an vier Standorten im Landesbezirk Hessen die Umsetzung der Ideen statt.

Die JUNGE GRUPPE (GdP) Hessen hat drei Veranstaltungsreihen entwickelt:

1. Die nächste Steuererklärung kommt bestimmt – Grundwissen und Tipps
2. Kick-off – Kleinfußballturnier der GdP
3. Die sichere Altersvorsorge

Die Veranstaltungen wurden jeweils an den drei ausgewählten Standorten in Hessen durchgeführt. Die Veranstaltungsreihen werden nachhaltig fortgeführt. So wurde 2009 die Reihe mit „Tipps für den Auftritt vor Gericht“ und einem Kartbahnrennen mit Erfolg fortgesetzt.

Für die Durchführung der Veranstaltungen und die konkrete Werbung am Rande der Veranstaltungen wurden folgende Materialien erstellt: Image-Plakat, Eindruckplakat, Imagebroschüre, Info-Karten für die zweigeteilte Ansprache, Notizheft, Kaugummi, Karabinerhaken, Skatspiel, Kugelschreiber, zwei Standsysteme.

Die Werber/-innen trafen sich zu einem Workshop, in dem sie die besten Werbeargumente für die GdP entwickelten, sich in den Leistungen der GdP fit machten und erste Werbegespräche übten.

Die Erfahrungen zeigten, dass sich eine direkte Ansprache auf eine Mitgliedschaft während der Veranstaltung als schwierig darstellte. Jedoch gab es bei den weiteren Ansprachen einige Tage nach der jeweiligen Veranstaltung positive Rückmeldungen und erste Eintritte waren zu verzeichnen. Die durchgeführten Veranstaltungen führten zu der Stimmung: Die GdP macht was! Dies wirkte sich auch positiv auf die parallel laufende Werbung von Neuanfänger/-innen in Hessen aus. Denn auch in diesem Kreis hatten sich die bisherigen Aktivitäten herumgesprochen.

### *3.1.2 Tagung Werbung bei Neueingestellten*

Mitgliederwerbung und insbesondere die Werbung bei Neueingestellten muss ein kontinuierlicher Schwerpunkt in der Arbeit der GdP und der JUNGE GRUPPE werden bzw. bleiben. Erfolgreiche Mitgliederwerbung sichert den Fortbestand der gesamten GdP als durchsetzungsfähige Organisation von Beschäftigten im Polizeidienst.

Auch wenn die GdP unter den Einzelgewerkschaften immer schon das Aushängeschild im DGB bezüglich der Werbequoten bei Neueingestellten war, sind diese Erfolgsquoten bei den einzelnen Landes- und Bundesbezirken sehr unterschiedlich.

Was liegt also näher, als die Methoden und Strategien der besonders erfolgreichen Werber/-innen allen anderen zugänglich zu machen, die Möglichkeiten und Grenzen eines „Transfers“ zu diskutieren und ganz konkrete praktische Vorschläge und Handlungshilfen für die Werber/-innen in den Ausbildungsdienststellen zu entwickeln.

Die JUNGE GRUPPE (GdP) und die Abteilung IV führten vor diesem Hintergrund gemeinsam vom 19. bis 21. Mai 2008 in Wolfsburg die Tagung „Werbung bei Neueingestellten“ mit dem Ziel durch, die Werbung von neueingestellten Kolleginnen und Kollegen an den Ausbildungseinrichtungen der Polizei der Länder und des Bundes zu verbessern.

Auf der Tagung konnten die Teilnehmer/-innen:

- sich über aktuelle Werbestrategien informieren,
- sich über die Konzepte bei der Werbung der Neueingestellten in der GdP austauschen,
- Möglichkeiten der Gewinnung von Neueingestellten diskutieren und vor dem Hintergrund der jeweils landesspezifischen Voraussetzungen und Bedingungen bewerten und
- verbindliche Übereinkünfte zum weiteren Vorgehen bei der Gewinnung von Mitgliedern bei dieser Zielgruppe treffen und durch konkrete Verabredungen Synergieeffekte erzielen.

Zum Teilnehmerkreis zählten neben den JUNGE GRUPPE-Mitgliedern die für Werbung verantwortlichen Vertreter/-innen aus den Landesbezirken/Bezirken.

Werbung von neuen Mitgliedern ist ein Muss, denn nur eine starke GdP setzt sich sehr gut für die Interessen ihrer Mitglieder ein. Und so gewinnen wir gemeinsam, wenn wir uns zusammen für die Verbesserung der Bedingungen in unseren Berufen einsetzen.

Die GdP ist die große Solidargemeinschaft, eine starke Interessenvertretung und die weltweit größte Polizeigewerkschaft. Die GdP ist die bedeutsamste Ansprechpartnerin, wenn es um die Interessen der Beschäftigten in der Polizei und der Inneren Sicherheit geht. Kompetenz, Sicherheit und Schutz, Verlässlichkeit und Nachhaltigkeit sind die Merkmale, welche die GdP auszeichnen. Zu diesem Ergebnis kamen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Tagung.

Prof. Dr. Richard Münchmeier, Jugendforscher FU Berlin, stellte im ersten Teil der Tagung ein Bild der jungen Generation in Deutschland vor:

Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren haben eine kritische Sicht auf ihre Zukunft. Aber sie sind keineswegs resigniert oder verdrossen. Es gibt zwei Hauptprobleme, die ihnen Angst machen: die schlechte Wirtschaftslage bzw. die steigende Armut und keinen Ausbildungsplatz zu bekommen bzw. Arbeitslosigkeit.

Richard Münchmeier belegte weiter, dass 41 % der Jugendlichen keine Partei in der Lage hält, die Probleme Jugendlicher zu lösen. Die Jugendlichen sind wieder mehr politisch interessiert, jedoch politikverdrossen – aber trotzdem leistungsbereit und sozial engagiert.

Ebenso unterliegen sie nach Münchmeier auch keinem Werteverfall. Die Werte Freundschaft, Partnerschaft und Familienleben stehen bei vielen Jugendlichen ganz oben auf ihrer Liste.

Zum Schluss schrieb Münchmeier der GdP noch ins Stammbuch, dass sie für die heutige Jugend gute Mitmach-Angebote anbieten muss, um für diese attraktiv zu sein.

Im weiteren Verlauf der Tagung spielten die Begriffe Solidarität und größte Interessenvertretung eine ebenso wichtige Rolle wie Nachhaltigkeit und Evaluation. Wichtig war den Teilnehmerinnen und Teilnehmern vor allem, dass Absprachen, die auf der Tagung getroffen wurden, eine Verbindlichkeit haben und Anfang 2009 auch auf deren Effizienz und Wirtschaftlichkeit hin zu überprüfen sind. Der Erfolg der Veranstaltung wird sich an den Werbungen zu den nächsten Einstellungsterminen messen lassen.

### *3.1.3 Werbemittel*

Die JUNGE GRUPPE hat sich ein neues Farbkonzept gegeben, das den Wechsel der Uniformfarbe in den Polizeien der Länder und des Bundes widerspiegelt. Alle Werbemittel wurden, soweit finanziell möglich, an das neue Konzept angepasst.

Regelmäßig wurden Bestellabfragen, z. B. für Fahnen, Kugelschreiber, Blöcke, Roll-ups durchgeführt. So wurden Synergieeffekte erzielt und Kosten gespart.

## 3.2 Druckerzeugnisse

### *3.2.1 Jugendkalender*

Der Bundesjugendvorstand hat beschlossen, seit 2007 sich an dem Gemeinschaftsprojekt „Jugendkalender“ der Mitgliedsgewerkschaften und des DGB zu beteiligen.

Zielgruppe des Kalenders sind in erster Linie die Anwärter/-innen an den Landespolizeischulen und den Fachhochschulen. Der Kalender bietet den JUNGE GRUPPEN eine gute Gelegenheit, sich an den Standorten außerhalb der üblichen Termine zu zeigen. Er kann auch bei der Werbung der Neueinstellungen gut genutzt werden.

Die Erfahrungsberichte zeigen, dass der Kalender auch in der Bereitschaftspolizei ankommt.

### *3.2.2 Image-Broschüre*

Die JUNGE GRUPPE hat nach dem erfolgreichen Einsatz des Mediums CD-ROM häufig die Rückmeldung erhalten, dass auch junge Menschen noch gerne Medien in Papierform lesen. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, hat die JUNGE GRUPPE erstmals seit vielen Jahren wieder eine Selbstdarstellung in Papierform herausgegeben.

Zielgruppe der Image-Broschüre sind junge Beschäftigte im Polizeidienst, die in der Broschüre über die Arbeitsschwerpunkte der JUNGE GRUPPE (GdP) auf Bundesebene informiert werden. Gleichzeitig möchte die JUNGE GRUPPE mit dieser Publikation junge Menschen aktivieren, sich ehrenamtlich zu engagieren. Mit ihrem Engagement sollen die jungen Polizistinnen und Polizisten ihre Arbeits- und Lebensbedingungen aktiv gestalten und Ideen entwickeln, wie ihre Zukunft aussieht.

### *3.2.3 Ratgeber für werdende Eltern*

Die JUNGE GRUPPE und die Frauengruppe haben 2007 zum ersten Mal eine gemeinsame Broschüre herausgegeben, den „Ratgeber für werdende Eltern“.

Der Ratgeber beantwortet einige Fragen im Vorfeld der Geburt eines Kindes und kann darüber hinaus auch Anlass sein, miteinander ins Gespräch zu kommen über die bestehenden Möglichkeiten und konkreten Ideen, wie wir Beruf und Familie besser in Einklang bringen.

### *3.2.4 Material für die Werbung*

Für die Werbung der Neueingestellten wurde ein Flyer entwickelt und eine Sammelmappe angeboten.

Die JUNGE GRUPPE (GdP) hat den Landesbezirken/Bezirken eine neu gestaltete Schultüte für die Neuanfängerwerbung zur Verfügung gestellt.

## 3.3 Betreuung von Großeinsätzen

Die JUNGE GRUPPE hat alle im Berichtszeitraum stattfindenden Großereignisse mit einem zu den Aktivitäten der Gesamtorganisation ergänzenden Angebot begleitet.

### *3.3.1 Castor*

Die Castor-Einsätze wurden immer von dem „Aktiv plus Betreuungsteam" der JUNGE GRUPPE betreut. Von Einsatz zu Einsatz konnte das Angebot von einem reinen Einkaufsservice hin zu einem sehr guten Betreuungsangebot weiterentwickelt werden. Heute werden Heißgetränke, Obst, Zeitungen und kleine Geschenke verteilt. Probleme im dienstlichen Alltag werden aufgenommen und die JUNGE GRUPPE sucht soweit möglich schon vor Ort eine Lösung mit den anwesenden Personalräte/-innen und Funktionäre/-innen der GdP.

Zwischenzeitlich bietet das Betreuungsteam sogar einen mobilen Internetzugang für die Kollegen/-innen im Einsatz an.

### *3.3.2 G-8-Gipfel 2007*

Neben Betreuung, die ein ähnliches Konzept wie beim Castor-Einsatz hatte, hat die JUNGE GRUPPE den G-8-Gipfel auch inhaltlich begleitet.

In einem Sonderheft G8 wurden die eingesetzten Kolleginnen und Kollegen über die Ziele des G-8-Gipfels, die Anliegen der Demonstranten und über die Region informiert.

Um das Verhältnis von Polizei und den Mitgliedern der Schwestergewerkschaften und der DGB-Jugend zu verbessern, wurde in der anlässlich des G-8-Gipfels erschienenen „Soli" extra ein Interview mit Sascha Göritz abgedruckt wie auch ein Aufruf der JUNGE GRUPPE an die Mitglieder von Schwestergewerkschaften und DGB-Jugend, wie wir uns wünschen, dass wir uns bei Demonstrationen begegnen.

Anlässlich des G-8-Gipfels hat die JUNGE GRUPPE auch GdP-Einsatzjacken angeschafft.

## 3.4 Ausbildungsreport

Ausbildung ist ein zentrales Handlungsfeld der JUNGE GRUPPE (GdP). Daher will die JUNGE GRUPPE von den Anwärter/-innen selbst erfahren, wie die Ausbildungsqualität ist und wie zufrieden sie mit ihrer Ausbildung sind. Durch die Föderalismusreform I werden sich in Zukunft Unterschiede in den Rahmenbedingungen der Polizeiausbildung entwickeln.

Die JUNGE GRUPPE hat in Absprache mit der DGB-Jugend die Chance erhalten, für die Anwärter/-innen zum Polizeivollzugsdienst eine eigene Auswertung „Ausbildungsreport" zu bekommen. Daher hat der Bundesjugendvorstand beschlossen, im ersten Quartal 2007 die Befragung durchzuführen. 178 Anwärter/-innen beteiligten sich an der Befragung.

Bei der Durchführung ergaben sich zwei Probleme:

1. Kurse wollten sich nicht beteiligen.
2. Die Ansprechpartner/-innen der GdP an den Ausbildungseinrichtungen sahen nicht die Notwendigkeit einer solchen Befragung.

Ergebnisse der Befragung:

- 97 % der Befragten kannten den Personalrat. Jedoch wussten 11 % nicht, dass es eine JAV gibt.
- Über die Hälfte der Befragten Anwärter/-innen kennen ihren Ausbildungsplan/ihr Curriculum gut.
- Auch in der Ausbildung zum Polizeivollzugsdienst gibt es ausbildungsfremde Tätigkeiten.
- Ca. 77 % der Befragten finden die fachliche Qualität der Ausbildung gut bis sehr gut.
- Und ca. 80 % der Anwärter/-innen sind insgesamt mit ihrer Ausbildung zufrieden.

In einer Gesamtbewertung kann die JUNGE GRUPPE sagen, dass die Anwärter/-innen mit ihrer Ausbildung zufrieden sind.

Der Bundesjugendvorstand hat die Ergebnisse der Befragung auf seiner Sitzung im Oktober 2007 diskutiert und beschlossen, dass diese in der DP und dem Internet veröffentlicht werden. Ebenso hat die JUNGE GRUPPE nach einer Überarbeitung des Fragebogens auch im Jahr 2008 die Befragung durchgeführt.

Der Bundesjugendvorstand hatte die wiederholte Durchführung der Umfrage beschlossen. Jedoch haben nur zwei Landesbezirke ausgefüllte Fragebogen zurückgesendet. Daher hat der GBJV auf seiner Sitzung im April 2008 beschlossen, die Umfrage einzustellen und nicht auszuwerten.

## 3.5 Kampagne der JUNGE GRUPPE (GdP) – „Sei cool – OHNE Alkohol."

Die JUNGE GRUPPE hat mit der Bearbeitung von Themen, wie Drogen, Jugend und Gewalt oder Bekämpfung von Kinderpornografie im Internet, positiv bei Politik, Gesellschaft und innergewerkschaftlich auf sich aufmerksam gemacht.

Mit ihrer 2009 gestarteten Kampagne

**„Sei cool – OHNE Alkohol."**

wurden folgende inhaltliche Eckpunkte thematisiert:

- Nüchternheit fördern
- Bewusstseinswandel zum Thema Alkohol herstellen.
- Alkohol im Verkehr, in der Freizeit und im Beruf
- Verfügbarkeit von Alkohol einschränken
- Einhaltung des Jugendschutzes zu fördern

Begriffe wie „Koma-Saufen“, Flatrate- oder Binge-Trinken sind uns allen bekannt. Mit den Folgen, nämlich mit den betrunkenen Jugendlichen haben die Kolleginnen und Kollegen jeden Tag im Dienst zu tun. Auch berichten die Medien und stellen Politiker fest, dass es zwischen dem Alkoholkonsum und Jugendgewalt einen Zusammenhang gibt. Im Mai 2008 stellte Bundesinnenminister Schäuble im Zusammenhang der Vorstellung der PKS 2007 fest, dass die Gewaltkriminalität unter Jugendlichen um 4,9 % zugenommen hat und ein übermäßiger Alkoholkonsum hier oft eine Rolle spielt.

Die Zeitung „Die Welt“ überschreibt ihren Artikel zur PKS 2007 „Jeder zweite jugendliche Straftäter ist betrunken.“ Dass hier Handlungsbedarf besteht, zeigen auch die Maßnahmen einiger Städte, die dieser Entwicklung mit Alkoholverboten auf öffentlichen Plätzen und Verkaufsverboten von Alkohol zu bestimmten Zeiten begegnen.

„Die ‚Alltagsdroge‘ Alkohol verursacht bei einer großen Zahl von Menschen schwerwiegende gesundheitliche Probleme: 9,5 Millionen Menschen in Deutschland konsumieren Alkohol in riskanter Weise. 1,3 Millionen Menschen sind alkoholabhängig. Jedes Jahr sterben in Deutschland mindestens 42.000 Menschen an den Folgen ihres Alkoholmissbrauchs. Die volkswirtschaftlichen Kosten für die Gesellschaft werden auf 20 Milliarden Euro pro Jahr geschätzt.“

Sucht ist eine Erkrankung. Die JUNGE GRUPPE will dazu beitragen, den Einstieg in den Konsum legaler und illegaler Drogen zu vermeiden und/oder hinauszuzögern.

## 3.6 JUNGE GRUPPE und Kirche

Der GBV und der GBJV hatten beschlossen, dass sich die JUNGE GRUPPE wieder im Rahmen eines DGB-Gemeinschaftsstandes auf dem Markt der Möglichkeiten vom 07. bis 09. Juni 2007 am 31. Deutschen Evangelischen Kirchentag beteiligt.

Unter dem Motto

**„Ausbildung ist eine Investition in die Zukunft“**

wurden die Besucher/-innen und die teilnehmenden Gruppen des Kirchentages aufgefordert, sich an der Debatte zu beteiligen.

Die Betriebe und Dienststellen des öffentlichen Dienstes, die nicht oder zu wenig ausbilden, handeln gesellschaftlich und wirtschaftlich verantwortungslos. Sie verweigern immer noch hunderttausenden von Jugendlichen die faire Chance auf eine berufliche Perspektive. Den Kirchentagbesuchern wurde deutlich gemacht, dass auch in der Polizei der Bedarf an jungen Polizistinnen und Polizisten enorm groß ist.

**Darum forderte die JUNGE GRUPPE (GdP):**

- Mehr Ausbildungsplätze in der Polizei
- Eine interne bedarfsorientierte Ausbildung zum gehobenen Polizeivollzugsdienst mit dem Status Beamter auf Widerruf und eine angemessene Besoldung
- Übernahme aller Auszubildenden in den Polizeidienst
- Festschreibung der Übernahmegarantie in den Beamtengesetzen und in den Tarifverträgen

Auch an dem 32. Deutschen Evangelischen Kirchentag, der im Mai 2009 unter der Losung „Mensch, wo bist du?“ in Bremen stattfand, nahm die JUNGE GRUPPE teil. Im Rahmen des Gemeinschaftsstandes auf dem Markt der Möglichkeiten präsentierte die JUNGE GRUPPE ihre Kampagne „Sei cool – OHNE Alkohol.“ (siehe Punkt 3.5)

## 3.7 Seminare

Die Umfragen der GdP haben immer wieder ergeben, dass die Kolleginnen und Kollegen von der GdP erwarten, dass diese auch Freizeitangebote anbietet. Dies hat der Bundesjugendvorstand aufgegriffen und macht seit 2006 das folgende Angebot:

**„Fit im Job“**

Dieses Seminar dient der Erholung und gibt Tipps für die Erhaltung der Gesundheit im Alltag. Rücken-, Bauch- und Kopfschmerzen nach anstrengenden und stressreichen Arbeitstagen sind beinahe jedem bekannt. Zur Regeneration bleibt kaum Zeit. Häufige Auslöser sind starker Stress, falsche bzw. unzureichende Ernährung, aber auch eine falsche Körperhaltung. Dieser für Körper und Geist unzumutbaren Situation gilt es, aktiv entgegenzutreten.

Daher hat die Junge Gruppe (GdP) neben zahlreichen Freizeitaktivitäten drei Bausteine angeboten:

1. „Vom Laufbandtest zum Trainingsplan“: Warum sind Teste nötig?, Was passiert in unserem Körper bei sportlicher Belastung?, Schwerpunkte der Trainingsplanung
2. Praxisseminar: „Für Vielfahrer und Schreibtischtäter“: die wichtigsten 6 Übungen für Leute, die so langsam Probleme mit dem Rücken bekommen; Übungen für zu Hause und unterwegs
3. Seminar: „Die häufigsten Fragen zum Fitnesstraining“, ca. 20 wichtige Informationen zum Training und rundherum (z. B. Essen, Trinken, Schuhwerk, Herzfrequenz, Erkältung etc.)

**Seminare 2006**

Ist die Jugendarbeit am Ende?
*22. bis 23. April 2006, Koblenz*

Fit im Job – Am Meer
*19. bis 21. August 2006, Wittow*

Einführung in die JAV-Arbeit (BPersVG)
*04.–06. Dezember 2006*

**Seminare 2007**

Europaseminar
*17.–22. Juni 2007, Warschau*

Fit im Job
*19.–22. August und 22.– 25. August, Markgreifenheide*

Europa wächst zusammen
*23.–28. September 2007, Eze sur mer*

**Seminare 2008**

Grundseminar Drogen
*11.–14. Februar 2008, Steinbach*

Reisewelle EM 2008
*07. –10. April 2008, Steinbach*

S3/1 Fit in den Job
*06.–09. Juli 2008, Markgrafenheide*

S3/2 Fit in den Job
*09.–12. Juli 2008, Markgrafenheide*

S4 „Der 11.09. und die Folgen"
*02.–12. Oktober 2008, New York*

**Seminare 2009**

S1 Ausländerrecht/Urkundenfälschung
*26.–28. Januar, Steinbach*

S2 Drei-Länder-Austausch
*22.–26. Juni, Wien*

Erstmalig trafen sich im Juni 2009 in Wien österreichische, schweizerische und deutsche Kollegen/-innen zu einem intensiven Austausch. Ihre Länder, ihre Polizeien und das Leben im jeweiligen Land standen im Mittelpunkt des Seminars. Auch standen Gespräche mit EuroCOP und der Wiener Polizei auf dem Programm. Alle

Teilnehmer/-innen sind sich einig, dass der Austausch fortgesetzt werden muss.

Die JUNGE GRUPPE hat spontan Kolleginnen aus Österreich und der Schweiz zu zwei Seminaren eingeladen, um so den Kontakt zu erhalten.

S3/1 Fit in den Job
*05.–08. Juli 2009, Markgrafenheide*

S3/2 Fit in den Job
*08.–11. Juli 2009, Markgrafenheide*

S4 20 Jahre Mauerfall
*02.–05. Oktober 2009, Berlin*

S5 Polizei in Europa
*12.–16. Oktober 2009, Rom*

Erstmalig hat die JUNGE GRUPPE einen kostenlosen Flyer zur Bewerbung der Seminare herausgegeben. Die Landesbezirke/Bezirke bestellten 12.000 Stück.

## 3.8 Jugendarbeit im DGB

Der DGB-Bundesjugendausschuss (BJA) ist das höchste Gremium zwischen den DGB-Bundesjugendkonferenzen und hat die Aufgabe, die politischen und gewerkschaftspolitischen Richtungen der DGB-Jugend zu gestalten und zu bestimmen. Im Berichtszeitraum wurden unter anderem die folgenden Themen im BJA aufgegriffen:

- Gewerkschaftliche Vorfeldarbeit
- Novellierung Berufsbildungsgesetz
- Mitgliederwerbung

### *3.8.1 Berufsschultour*

Der DGB und einige Mitgliedsgewerkschaften führen jedes Jahr in den Ländern eine Berufsschultour durch. Bisher hat die JUNGE GRUPPE sich an den Touren nicht beteiligt. Auf der Tour wird an den Berufsschulen ein Projekttag, der unter dem Motto „Mehr Demokratie und Mitbestimmung" steht, durchgeführt. Ziel des Projekttages ist es, zum gesellschaftlichen Handeln zu motivieren und über Gewerkschaften zu informieren. Am Rande des Projekttages gelingt es den Teams auch immer wieder, neue Mitglieder zu werben.

Die JUNGE GRUPPE Rheinland-Pfalz hat erstmalig an der Berufsschultour 2007 in Rheinland-Pfalz teilgenommen und hierzu auch die Genehmigung der Ausbildungsleitung erhalten, den Projekttag in der Fachhochschule durchzuführen.

Die ersten Erfahrungen mit dem Projekttag in Rheinland-Pfalz sind positiv. Die DGB-Jugend wird auch Materialien für Anwärter/-innen in Zusammenarbeit mit der JUNGE GRUPPE zur Verfügung stellen. Langfristig könnte dieser Projekttag auch auf andere Landesbezirke und Bezirke übertragen werden.

### *3.8.2 DGB-Organisationsreform*

Die geplanten Veränderungen im Rahmen der DGB-Organisationsreform wurden in der JUNGE GRUPPE (GdP) intensiv diskutiert. Im Mittelpunkt der Diskussion stand die Art und Weise der Vorstandsbeteiligung der DGB-Jugend auf den jeweiligen Ebenen.

Der Bundesjugendvorstand vertrat auf allen Ebenen der GdP die Forderung, dass im Rahmen der DGB-Organisationsreform der jeweiligen DGB-Jugend (Bund/Land/Region) in den zuständigen Vorständen ein Stimm- und Anwesenheitsrecht satzungsgemäß einzuräumen ist. Die Mandatsbestimmung soll hierbei der DGB-Jugend selbst obliegen.

## 3.9 Die handelnden Personen der letzten vier Jahre

Im Berichtszeitraum gehörten folgende Kolleginnen und Kollegen dem Bundesjugendvorstand an:

| | |
|---|---|
| Baden-Württemberg | Karen Seiter |
| Bayern | Michaela Hofmann<br>Wolfgang Hartmann |
| Berlin | Claudia Hartmann<br>Daniel Käbisch<br>Steve Feldmann |
| Bezirk Bundespolizei | Volker Rostig<br>Lars Jährmann |
| Bezirk Bundesfinanzpolizei (Gast des BJVs) | Florian Schmidt |
| Bezirk Bundeskriminalamt | Wolfgang Strehmel<br>Caroline Manicke |
| Brandenburg | Mike Grommisch |
| Bremen | Jörn Gotter<br>Matthias Lenk |
| Hamburg | Falk Schuppan<br>Pascal Kühne |
| Hessen | Birgit Pientka |
| Mecklenburg-Vorpommern | Sebastian Sieler |
| Niedersachsen | Axel Brinker<br>Fabian Heike |
| Nordrhein-Westfalen | Dennis Grindel |
| Rheinland-Pfalz | Sabrina Kunz<br>Markus Behringer |
| Saarland | Andreas Rinnert |
| Sachsen | Jan Krumlovsky<br>Doreen Balthes |
| Sachsen-Anhalt | Holger Jungklaus |
| Schleswig-Holstein | Bernd Mätzold<br>Paul Noack |
| Thüringen | Dirk Müller |