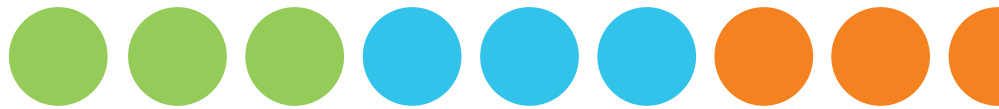


Know-How

zur Mitgliederwerbung für die GEW vermitteln

Die Arbeitshilfenreihe zur Seminargestaltung



Impressum

Herausgeber:

Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft, Hauptvorstand
Koordination der Gewerkschaftlichen Bildungsarbeit (gb@)
Reifenberger Str. 21
60489 Frankfurt am Main
www.gew.de

Aufarbeitung und Zusammenstellung:

Peter Legner, Christiane Liebing
Arbeit, Bildung und Forschung e.V.
www.abfev.de

Redaktion:

Hans-Wilfried Kuhlen (verantwortlich), Dr. Werner Dießner, Dirk Mescher,
Manuela Reichle, Dr. Michaela Reißmann, Stefan Pfaff

Gestaltung:

Jana Roth, Kronberg

Druck: Druckkollektiv, Gießen

August 2006



Die Arbeitshilfenreihe zur Seminargestaltung

Vorwort 4

Die Arbeitshilfen: Zielsetzung und Aufbau 6

- Gewinnen und Halten von Mitgliedern im Alltag
- Systematische Mitgliederwerbung planen und verankern
- Gestalten von Werbegesprächen

Die Arbeitshilfen im Detail 8

Elektronische Versionen der Materialien
Die Inhalte der Arbeitshilfen

Arbeitshilfe

Gewinnen und Halten von neuen Mitgliedern im Alltag 9

- Seminar 1: „... ich bin doch kein Versicherungsvertreter“
– Mitgliederwerbung wie ich sie kann
- Seminar 2: Mitgliederentwicklung strukturell verankern
- Seminar 3: Aktivierende Einbindung neuer Mitglieder

Arbeitshilfe

Systematische Mitgliederwerbung vor Ort planen und verankern 12

- Seminar 1: Erfahrungen systematisch nutzen
- Seminar 2: Voraussetzungen erfolgreicher Mitgliederwerbung
- Seminar 3: Mitgliederwerbungsprojekte und Aktionen effektiv planen

Arbeitshilfe

Gestalten von Werbegesprächen 15

- Seminar 1: Grundlagen der Gesprächsführung in Werbegesprächen
- Seminar 2: Werbegespräche vorbereiten und Durchführen:
ein Seminar zur praktischen Übung
- Seminar 3: Werbegespräche in speziellen / schwierigen Situationen

Rückmeldungsbogen 17



Vorwort

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Bildung ist das zentrale Zukunftsthema unserer Gesellschaft. Als Bildungsgewerkschaft sind wir bei den anstehenden Veränderungen ganz besonders gefordert. Die Aktivitäten und das Engagement der GEW im Interesse ihrer Mitglieder beziehen sich zum Beispiel auf die Sicherung von Arbeitsplätzen, auf die Durchsetzung guter Arbeitsbedingungen und auf die Entwicklung und Gestaltung tragfähiger Konzepte im Bildungsbereich.

Die Herausforderungen, die dabei auf uns zukommen, können wir nur mit einer starken Mitgliederbasis erfolgreich bewältigen. Das wiederum bedeutet, dass wir uns auch im stressigen Alltag dem Thema „Halten und Gewinnen“ von Mitgliedern mit aller Kraft widmen müssen – jede einzelne und jeder einzelne von uns.

Mitgliederwerbung ist kein „Ja, aber“-Thema und auch kein „Klinkenputzen“, sondern eine absolut notwendige Aufgabe. Wir wissen, dass Mitgliederwerbung oft nicht einfach ist. Aber wir wissen auch, dass werbende Aktivitäten Spaß machen können (und darüber hinaus auch stolz, wenn wir neue Mitglieder für die GEW geworben haben).

Vor dem Hintergrund unserer positiven Erfahrungen bei der Arbeit im GEW-Gemeinschaftsprojekt Gewerkschaftliche Bildungsarbeit (gb@) haben wir die vorliegende Arbeitshilfenreihe „Know-How zur Mitgliederwerbung für die GEW vermitteln“ entwickelt.

Die Reihe zielt darauf ab, den an Mitgliederwerbung interessierten und zum Teil auch schon in diesem Bereich aktiven ehrenamtlichen und hauptamtlichen Kolleginnen und Kollegen eine Arbeitsgrundlage für die Durchführung von Seminaren zur Motivation und Qualifizierung für Mitgliederwerbung vor Ort an die Hand zu geben.

Dabei denken wir insbesondere an die GEW-Aktiven, die sich in den Landesverbänden an dem vom Gewerkschaftstag 2005 in Erfurt beschlossenen Projekt „Mitgliederbindung / Mitgliederwerbung“ beteiligen. Ihnen – und damit unserer Organisation insgesamt – praktische Unterstützungsangebote bereitzustellen, ist für uns Bildungsarbeiterinnen ein wichtiges Anliegen.

Um den knappen zeitlichen Ressourcen und den unterschiedlichen lokalen Anforderungen gerecht zu werden, ist die vorliegende Arbeitshilfenreihe in Form eines Seminar-Baukastenkonzeptes erstellt, d. h. sie bietet eine größtmögliche Freiheit in der thematischen und zeitlichen Kombination. Die Arbeitshilfen sind deshalb in jeweils für sich durchführbare Halbtages-Bausteine gegliedert und können aufeinander aufbauend verwendet werden.

Die Bausteine sind zu drei zentralen „Oberthemen“ der Mitgliederwerbung zusammengefasst:

- **Gewinnen und Halten von Mitgliedern im Alltag**
- **Planung und Verankerung von systematischer Mitgliederwerbung „vor Ort“**
- **Gestalten von Werbegesprächen (einschließlich Argumentation)**



Noch zwei kurze Anmerkungen zum Schluss: Erstens haben wir, im Hinblick auf eine bessere Lesbarkeit der Texte, auf die gleichzeitige Verwendung der weiblichen und männlichen Schreibweise eines Wortes weitestgehend verzichtet (und das „Stolper-I“ haben wir uns auch gespart). Wenn wir also beispielsweise von Teilnehmerinnen sprechen, sind jeweils Männer und Frauen gemeint. Wir bitten dafür um Verständnis.

Zweitens wollen wir euch zu Rückmeldungen ermutigen. Dafür gibt es zum einen die Möglichkeit, diese mit dem Rückmeldungsblatt am Ende der Broschüre (und der einzelnen Arbeitshilfen) an die Koordination der gb@ beim GEW-Hauptvorstand zu schicken.

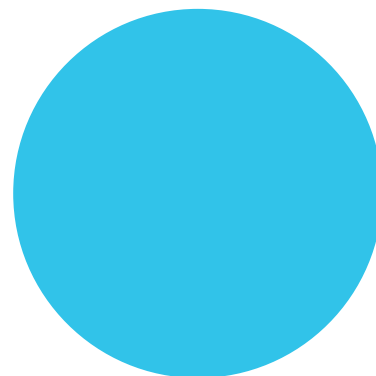
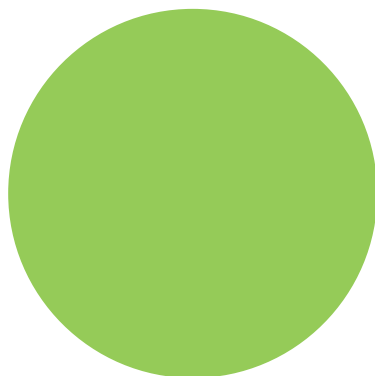
Zum anderen haben wir auch eine Online-Möglichkeit eingerichtet, wo die Broschüren in elektronischer Form (mit ggf. aktualisierten Materialien) dokumentiert sind und heruntergeladen werden können. (www.gew.de/gba-Seminarkonzepte_Mitgliederwerbung.html). Dort gibt es ebenfalls ein Rückmeldeformular.

Liebe Kolleginnen und Kollegen, wir hoffen, dass wir euch mit dieser Arbeitshilfenreihe ein brauchbares Werkzeug für die Mitgliederwerbung an die Hand geben und freuen uns über Ergänzungen und Rückmeldungen.

Wir wünschen euch viel Erfolg!

Ulrich Hinz
(Bundesgeschäftsführer)

Hans-Wilfried Kuhlen
(Koordination der gb@)





Die Arbeitshilfen: Zielsetzung und Aufbau

Die Arbeitshilfenreihe umfasst drei Broschüren. Diese enthalten jeweils drei für sich oder auch in Kombination mit anderen durchführbare Halbtages-Seminare. Die Arbeitshilfenreihe mit ihren drei mal drei Seminaren zu unterschiedlichen Schwerpunkten ermöglicht es damit, Qualifizierung zum Bereich Mitgliederwerbung bestmöglich auf die örtliche Ausgangslage abgestimmt anzubieten.

Die beschriebenen Seminare zielen auf unterschiedliche Konstellationen von organisatorischen Möglichkeiten, Seminarzielen und Zielgruppen ab. Sie bieten eine größtmögliche Freiheit in der thematischen und zeitlichen Kombination. Die Durchführung der einzelnen Seminare für sich ist dabei als „Minimalversion“ zu sehen. In den meisten Fällen wäre eine Kombination mit einem anderen Seminar zu einer ganztägigen Veranstaltung wesentlich wirkungsvoller. Anmerkungen zu sinnvollen Kombinationen der Seminare gibt es in den einzelnen Arbeitshilfen.

Die Arbeitshilfen beziehen sich auf drei „Oberthemen“ der Mitgliederwerbung:

- ***Gewinnen und Halten von Mitgliedern im Alltag***
- ***Planung und Verankerung von systematischer Mitgliederwerbung „vor Ort“***
- ***Gestalten von Werbegesprächen (einschließlich Argumentation)***

Die mit diesen „Oberthemen“ verbundenen Ziele und Einsatzkriterien sind im Folgenden kurz beschrieben.



● **Gewinnen und Halten von Mitgliedern im Alltag**

Zielsetzung dieser Seminare ist es vor allem, innerhalb des meist dominierenden Alltags von (v.a. ehrenamtlichen) Funktionärinnen Ansatzpunkte zu finden, wie sich die Gewinnung neuer Mitglieder und das Halten bestehender ohne allzu großen Zusatzaufwand integrieren lassen. Schwerpunkt ist damit die Reflexion der eigenen Arbeit und die Vermittlung von Möglichkeiten zum Umgang mit häufig auftauchenden Schwierigkeiten bei der Betreuung und Werbung von Mitgliedern.

Bausteine aus diesem Oberthema sollten dann eingesetzt werden, wenn bei Funktionärinnen das Bewusstsein für die Notwendigkeit von Mitgliederentwicklungsarbeit zwar vorhanden ist, die Umsetzung aber an der Übermacht der täglichen Anforderungen scheitert.

Einsatzkriterium ist eine Ausgangssituation, in der Mitgliederwerbung ein „ja, aber...“ Thema ist, weil die Kolleginnen vielleicht schon gescheiterte Anläufe zur Mitgliederentwicklungsarbeit hinter sich haben. Typisch für eine solche Situation ist es auch, dass permanente Überlastung existiert, in der keine Freiräume für neue wichtige Themen gesehen werden.

● **Systematische Mitgliederwerbung planen und verankern**

Ziel der Seminare zu diesem Oberthema ist es, die benötigten Fertigkeiten zu vermitteln, um eine Idee / einen Ansatzpunkt für Werbearbeit erfolgreich in die Tat umzusetzen. Der Schwerpunkt liegt darauf, exemplarisch aus einer (eigenen) Idee eine konkrete und realistische Planung zu machen.

Einsatzkriterium ist das Vorhandensein motivierter Mitstreiterinnen und ausreichender Ressourcen um zusätzliche Arbeit in Angriff nehmen zu können. Wenn diese Voraussetzungen nicht gegeben sind, empfiehlt sich eher die Verwendung von Bausteinen aus der Arbeitshilfe „Gewinnen und Halten von Mitgliedern im Alltag“.

● **Gestalten von Werbegesprächen**

Ziel dieser Seminare ist zum einen die Vermittlung von wesentlichen Gesprächs- und Argumentationstechniken für Werbegespräche. Zum anderen geht es darum, den Kolleginnen Sicherheit zu geben und bei ihnen Hemmschwellen abzubauen, damit das Aufsuchen der Situation „Werbegespräch“ erleichtert wird.

Einsatzkriterium ist das Vorhandensein von Strukturen, die (in Form von Ansprechpartnerinnen, Projekten ...) gewährleisten, dass die Werberinnen „Hinterland“ haben, das ein nachhaltiges Agieren gewährleistet. Ohne Strukturen, in die Geworbene „weitergereicht“ werden können, bleibt der längerfristige Werbe-Erfolg oft aus und erzeugt dadurch neben frustrierten Werberinnen auch unzufriedene Neumitglieder.



Die Arbeitshilfen im Detail

Elektronische Versionen der Materialien

Die beschriebenen Arbeitshilfen sind im Internet unter der im Vorwort angegebenen Adresse als pdf-Versionen erhältlich. Dort sind auch die im jeweiligen Anhang zusammengestellten Seminar-materialien in gut als Verteilmaterial formatierter Form zu haben.

Die Nutzung der Arbeitshilfen und vor allem auch der elektronisch zur Verfügung gestellten Materialien ist für die GEW-Bildungsarbeit vorgesehen. Jede weitere Verbreitung, Verwertung oder Veröffentlichung ist nur nach Absprache mit den Autoren zulässig!

Die Inhalte der Arbeitshilfen

Um die Orientierung in den Arbeitshilfen zu erleichtern, werden im folgenden die Kurzbeschreibungen des inhaltlichen Aufbaus der Seminare aufgeführt.



Die Arbeitshilfe

„Gewinnen und Halten von neuen Mitgliedern im Alltag“

Diese Arbeitshilfe enthält drei Seminare zum Oberthema „Gewinnen und Halten von Mitgliedern im Alltag“ mit unterschiedlichen Zielrichtungen:

Seminar 1

soll zu eigener Werbearbeit motivieren, indem der jeweiligen Persönlichkeit angemessene Werbeformen erarbeitet und Ansatzpunkte zur deren Integration in den normalen Arbeitskontext entwickelt werden.

Seminar 2

liefert Ansatzpunkte zum Aufbau und zur Erweiterung tragfähiger Strukturen der Mitgliederwerbung im konkreten Arbeitskontext.

Seminar 3

ist auf die Einbindung neuer Mitglieder ausgerichtet.

Alle drei Seminare sind auf einen halben Tag (d. h. ca. vier Zeitstunden abzüglich Pausen) hin konzipiert. Das ist für ein umsetzungsorientiertes Seminar ein sehr knapper Zeitrahmen! Wir haben uns dennoch dazu entschlossen, da an vielen Stellen kein umfangreicherer Rahmen zu verwirklichen ist. Wenn organisatorisch machbar, sollten aber zwei Seminare im Rahmen eines Ganztagesseminars kombiniert werden. Das gibt mehr zeitlichen Spielraum zur Vertiefung des Transfers und ermöglicht eine bessere Bearbeitung des Themas.

Als methodische Hilfestellung sind ein Seminareinstieg und eine Seminauswertung beschrieben, die zu Beginn vorgestellt werden und die bei jedem der drei Seminare eingesetzt werden können. Um Doppelungen innerhalb der Broschüre zu vermeiden, sind diese nicht bei jeder Seminarbeschreibung wiederholt, sondern werden vorneweg zusammengefasst. Unsere Vorschläge können natürlich durch eigene Varianten ersetzt werden (... die allerdings nicht mehr Zeit benötigen sollten ...). Diese Anmerkungen gelten für alle drei Arbeitshilfen!



Seminar 1

„...ich bin doch kein Versicherungsvertreter“ – Mitgliederwerbung wie ich sie kann

Zielsetzung: Steigerung der Motivation für Werbearbeit und Erkennen von Ansatzpunkten zur Integration solcher Aktivitäten in den normalen Arbeitskontext

Die eigene Rolle als Werberin	60 - 90 Min.	Die Teilnehmerinnen/TN setzen sich in Arbeitsgruppen mit Formen und Bewertungen der Werbung auseinander und definieren ihre eigene Rolle als Werber für die Gewerkschaft.
Werbungs-Potentiale im Alltagsgeschäft	45 - 60	Mit Hilfe der „Kopfstand-Methode“ werden konkrete Einflussmöglichkeiten auf die Gestaltung der Mitgliederwerbung erarbeitet.
Umgang mit Hindernissen bei der Umsetzung	45	Mit einer Variation der kollegialen Beratung werden in Form von „Fishbowl-Diskussionen“ Möglichkeiten erarbeitet, mit denen Hindernisse „umschiff“ werden können.

Seminar 2:

Mitgliederentwicklung strukturell verankern

Zielsetzung: Aufbau tragfähiger Strukturen im Arbeitskontext

Ressourcen für Mitgliederwerbung: Werber-Werbung	60 Min.	In diesem Seminarteil wird herausgearbeitet, welche Eigenschaften und Kompetenzen einer Person für die Werbetätigkeit günstig sind und wie solche Personen für eine konkrete Tätigkeit gewonnen werden können.
Systematischer Aufbau von Mitgliederwerbungs-Strukturen: Materialien und Vorgehensweisen	60	Die TN formulieren gemeinsam den Unterstützungsbedarf aktiver Werbe-Strukturen und lernen die Möglichkeiten kennen, diesen Bedarf abzudecken.
„Haltearbeit“	60	Dieser Baustein bildet eine Brücke vom ausschließlichen Bezug auf „Mitgliederwerbung“ hin zum ganzheitlicheren Thema „Mitgliederentwicklung“.



Seminar 3:**Aktivierende Einbindung neuer Mitglieder**

Zielsetzung: Einbindung neuer Mitglieder in die Strukturen vor Ort.

Umgang mit neuen Mitgliedern	60 Min.	Die TN überlegen in einem Perspektivwechsel, wie neu aufgenommene Mitglieder betreut und an die Gewerkschaft gebunden werden können.
Begrüßung neuer Mitglieder (Materialeinsatz)	60	Der erste Eindruck der Organisation ist wesentlich! – hier wird die Frage des Umgangs mit neuen Mitgliedern vertieft.
Betreuung neuer Mitglieder	60	Es werden Ideen entwickelt und vorgestellt, die dabei helfen, (neue) Mitglieder „bei der Stange zu halten“ und in die GEW-Arbeit zu integrieren.

Die Arbeitshilfe

„Systematische Mitgliederwerbung vor Ort planen und verankern“

Diese Arbeitshilfe enthält drei Seminare zum Oberthema „Systematische Mitgliederwerbung planen und verankern“ mit folgenden Zielrichtungen:

Seminar 1
 „Erfahrungen systematisch nutzen“ greift Erfahrungen der Teilnehmerinnen und der GEW auf und unterstützt durch den Workshopcharakter dabei, diese Erfahrungen auf den eigenen Kontext zu übertragen.

Seminar 2
 „Voraussetzungen erfolgreicher Mitgliederwerbung“ lässt sich als „Marketing-Ansatz“ beschreiben: hier werden die jeweiligen Gegebenheiten des Umfelds analysiert, „Aufhänger“ für effektive Mitgliederwerbung identifiziert und Möglichkeiten ihrer Nutzung herausgearbeitet.

Seminar 3
 „Mitgliederwerbungsprojekte und Aktionen effektiv planen“ vermittelt das Handwerkszeug zur Planung konkreter Werbe-Projekte und -Aktionen.

Sinnvolle Kombinationen sind vor allem die Verbindung von Seminar 1 mit Seminar 3 oder von Seminar 2 mit Seminar 3.

Seminar 1: „Erfahrungen systematisch nutzen“		
Eigene Erfahrungen mit (systematischer) Mitgliederwerbung	90 Min.	Die TN machen sich bisherige Stärken und Schwierigkeiten in der Mitgliederwerbung bewusst und tauschen sich darüber aus. Aus den Erfahrungen werden Schlussfolgerungen für eine systematischere Mitgliederwerbung festgehalten.
Best practice in der GEW: Beispiel(e)	30	Es werden einige Beispiele aus der Mitgliederwerbsarbeit der GEW vorgestellt.
Auswertung: Was macht Werbung erfolgreich; was sind in meinem Umfeld Ansatzpunkte systematischer Werbung?	60	Die vorgestellten Beispiele werden im Hinblick auf Erfolgsfaktoren verallgemeinert und in das konkrete Umfeld der Teilnehmenden übertragen.



Seminar 2:

„Voraussetzungen erfolgreicher Mitgliederwerbung“

Zielsetzung: Die Gegebenheiten des Umfelds analysieren, um „Aufhänger“ für effektive Mitgliederwerbung zu identifizieren und Möglichkeiten ihrer Nutzung herauszuarbeiten.

Grundlagen: Was braucht es für erfolgreiche systematische Werbung?	60 Min.	Es sollen Entscheidungshilfen erarbeitet werden, die es den TN ermöglichen, Erfolg versprechende Ansätze für systematische Mitgliederwerbung in ihrem Bereich zu identifizieren.
Voraussetzungen analysieren	90	Den TN wird vermittelt, wie konkrete Situationen vor Ort hinsichtlich Erfolg versprechender Ansatzpunkte für systematische Werbung analysiert werden können.
Netzwerke schaffen	30	Die Entwicklung / Förderung von – vor allem regionalen – Vernetzungsmöglichkeiten soll die eigenständige Mitgliederwerbungs-Arbeit unterstützen. Dabei geht es sowohl um konzeptionelle, methodische, materialbezogene Austauschprozesse, als auch um wechselseitige Unterstützung durch „kollegiale Beratung“.



Seminar 3:**„Mitgliederwerbungsprojekte und Aktionen effektiv planen“**

Zielsetzung: Das planerische Handwerkszeug für konkrete Mitgliederwerbungs-Projekte und -Aktionen vermitteln.

Projekte / Aktionen planen: Überblick	20 Min.	Ein Überblick über das Vorgehen in der Planung konkreter Aktionen / Projekte wird gegeben. Dieser dient auch als Einführung in die anschließende Übung an eigenen Projekten / Aktionen.
Ziele und Controlling	60	An einem eigenen Beispiel wird die Formulierung konkreter Ziele und die Planung eines darauf ausgerichteten Controllings geübt.
Arbeitsplanung	60	Für das eigene Beispiel wird eine umsetzbare Arbeitsplanung erstellt.
Ergebnissicherung	60	Es werden Mechanismen zur Ergebnissicherung vorgestellt und für das eigene Beispiel angewendet.

Die Arbeitshilfe

„Gestalten von Werbegesprächen“



Diese Arbeitshilfe enthält drei Seminare zum Oberthema „Werbegespräche“ mit folgenden Zielrichtungen:

Seminar 1

vermittelt die Grundlagen der Gesprächsführung in Werbegesprächen und vermittelt die notwendige argumentative Grundlage. Hier werden Voraussetzungen für die Gesprächsführung geschaffen und damit Hemmschwellen abgebaut, sich tatsächlich in die Situation zu begeben.

Seminar 2

dient vordringlich dazu, die Sicherheit bei der Durchführung von Werbegesprächen zu erhöhen. Zentrales Element ist die praktische Übung mit konstruktivem Feedback.

Seminar 3

geht auf spezielle / erschwerende Bedingungen für Werbegespräche ein. Hier werden eine gewisse Erfahrung mit der Situation und eine bereits vorhandene argumentative Grundlage vorausgesetzt.

Wenn organisatorisch machbar, sollte das Seminar 1 (Grundlagen) im Rahmen eines Ganztagesseminars mit einem der beiden anderen Seminare kombiniert werden.

Seminar 1:

Grundlagen der Gesprächsführung in Werbegesprächen

Zielsetzung: eigene Haltung reflektieren und argumentativ den theoretischen Hintergrund vermitteln können.

Werbegespräche führen – worauf kommt es an ?	30 Min.	Ein kurzer Input mit Diskussion.
Reden und zuhören in Werbegesprächen	60	Transfer eines „kontrollierten Dialogs“ – Übung für die Situation Werbegespräche.
Argumente für die Mitgliedschaft, mögliche Einwände und der Umgang damit	90	Kleingruppen und Paararbeit mit Plenumsauswertung.



Seminar 2:**Werbegespräche vorbereiten und Durchführen: ein Seminar zur praktischen Übung**

Zielsetzung: Sicherheit in der realen Gesprächssituation vermitteln und die Hemmschwelle senken, diese tatsächlich aufzusuchen.

Vorbereitung von Werbegesprächen	60 Min.	Es werden gemeinsam Leitfragen für eine strukturierte Vorbereitung (geplanter) Werbegespräche erarbeitet.
Werbegespräche führen im Rollenspiel	100	Die Vorbereitung wird in konkreten Situationen der Teilnehmenden im Kleingruppen-Rollenspiel geübt.
Plenumresümee aus den Rollenspielen	20	Die Erfahrungen aus den Rollenspielen werden im Plenum zusammengetragen und verallgemeinert.

Seminar 3:**Werbegespräche in speziellen / schwierigen Situationen**

Zielsetzung: Die erfolgreiche Bewältigung von als schwierig empfundenen Situationen erfahrbar machen und konkrete Techniken dazu vermitteln.

Schwierige Situationen und Reaktionsmöglichkeiten	60 Min.	Für Standard-Werbesituationen werden problematische Reaktionsmöglichkeiten der „Umworbenen“ gesammelt und in Kleingruppen auf Umgangsmöglichkeiten hin bearbeitet
Die eigene Wirkung: (körpersprachliche) Signale wahrnehmen und verstehen	60	Anhand von zwei Übungen wird für körpersprachliche Signale sensibilisiert
Werbe-Gelegenheiten: Spezifische Bedingungen in der Praxis (Info-Stand ...)	60	In einer Abwandlung der „Kopfstand-Methode“ werden Werbesituationen durchgespielt und ausgewertet.

Rückmeldebogen



Per Fax oder Post an die gb@ schicken:

Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft (GEW)
Reifenberger Str. 21, 60489 Frankfurt am Main
Koordination der gb@

Fax: 069/78973102

Die folgenden Überschriften sind als Anregung beschrieben, in welche Richtung Rückmeldungen gehen könnten. Sie sind nicht „zwingend“: dies ist ein offener Rückmeldebogen und kein Behördenformular. Wir freuen uns auch über formlose Mails.

Zu der in dieser Überblicksbroschüre beschriebenen Arbeitshilfenreihe habe ich folgende generelle Anmerkung:

Folgendes ist mir bei der Beschreibung der Arbeitshilfenreihe unklar geblieben:

Ich hätte für die Arbeitshilfenreihe folgenden Ergänzungs-/Verbesserungsvorschlag:

Gut finde ich an dem hier präsentierten Angebot:

Sonstiges:

Ihr Kontakt zur GEW

Unsere Adressen

GEW Baden Württemberg

Silcherstraße 7
70176 Stuttgart
Telefon: 0711/21030-0
Telefax: 0711/21030-45
www.gew-bw.de
info@gew-bw.de

GEW Bayern

Schwanthalerstraße 64
80336 München
Telefon: 089/544081-0
Telefax: 089/5389487
www.bayern.gew.de
info@bayern.gew.de

GEW Berlin

Ahornstraße 5
10787 Berlin
Telefon: 030/219993-0
Telefax: 030/219993-50
www.gew-berlin.de
info@gew-berlin.de

GEW Brandenburg

Alleestraße 6a
14469 Potsdam
Telefon: 0331/27184-0
Telefax: 0331/27184-30
www.gew-brandenburg.de
info@gew-brandenburg.de

GEW Bremen

Löningstraße 35
28195 Bremen
Telefon: 0421/33764-0
Telefax: 0421/33764-30
www.gew-bremen.de
info@gew-hb.de

GEW Hamburg

Rothenbaumchaussee 15
20148 Hamburg
Telefon: 040/414633-0
Telefax: 040/440877
www.gew-hamburg.de
info@gew-hamburg.de

GEW Hessen

Zimmerweg 12
60325 Frankfurt am Main
Telefon: 069/971293-0
Telefax: 069/971293-93
www.gew-hessen.de
info@hessen.gew.de

GEW Mecklenburg- Vorpommern

Lübecker Straße 265a
19059 Schwerin
Telefon: 0385/4852711
Telefax: 0385/4852724
www.gew-mv.de
Landesverband@mvp.GEW.de

GEW Niedersachsen

Berliner Allee 16
30175 Hannover
Telefon: 0511/33804-0
Telefax: 0511/33804-46
www.GEW-NDS.de
email@gew-nds.de

GEW Nordrhein-Westfalen

Nünningstraße 11
45141 Essen
Telefon: 0201/294030-1
Telefax: 0201/29403-51
www.gew-nrw.de
info@gew-nrw.de

GEW Rheinland-Pfalz

Neubrunnenstraße 8
55116 Mainz
Telefon: 06131/28988-0
Telefax: 06131/28988-80
www.gew-rheinland-pfalz.de
gew@GEW-Rheinland-Pfalz.de

GEW Saarland

Mainzer Straße 84
66121 Saarbrücken
Telefon: 0681/66830-0
Telefax: 0681/66830-17
www.gew-saarland.de
sekretariat@gew-saarland.de

GEW Sachsen

Nonnenstraße 58
04229 Leipzig
Telefon: 0341/4947404
Telefax: 0341/4947406
www.gew-sachsen.de
GEW-Sachsen@t-online.de

GEW Sachsen-Anhalt

Markgrafenstraße 6
39114 Magdeburg
Telefon: 0391/73554-0
Telefax: 0391/7313405
www.gew-lsa.de
lv@gew-lsa.de

GEW Schleswig-Holstein

Legienstraße 22-24
24103 Kiel
Telefon: 0431/554220
Telefax: 0431/554948
www.gew-sh.de
info@gew-sh.de

GEW Thüringen

Heinrich-Mann-Straße 22
99096 Erfurt
Telefon: 0361/59095-0
Telefax: 0361/59095-60
www.gew-thueringen.de
info@gew-thueringen.de

GEW-Hauptvorstand

Reifenberger Straße 21
60489 Frankfurt am Main
Telefon: 069/78973-0
Telefax: 069/78973-201
www.gew.de
info@gew.de

GEW-Hauptvorstand Parlamentarisches Verbindungsbüro Berlin

Wallstraße 65
10179 Berlin
Telefon: 030/235014-0
Telefax: 030/235014-10
info@buero-berlin.gew.de

Die GEW im Internet:

www.gew.de

Antrag auf Mitgliedschaft

(Bitte in Druckschrift ausfüllen)

Persönliches

Frau/Herr

Zuname (Titel)

Vorname

Straße/Nr.

Land (D für BRD), Postleitzahl/Ort

Geburtsdatum

Nationalität

gewünschtes Eintrittsdatum

Telefon

bisher gewerkschaftlich organisiert bei von/bis (Monat/Jahr)

Name/Ort der Bank

Kontonummer

BLZ

Berufliches

Berufsbezeichnung für Studierende: Berufsziel

Fachgruppe

Diensteintritt/Berufsanfang

Tarif/Besoldungsgruppe

Bruttoeinkommen Euro monatlich

Betrieb/Dienststelle

Träger des Betriebs/der Dienststelle

Straße/Nr. des Betriebs/der Dienststelle

Postleitzahl, Ort des Betriebs/der Dienststelle

Beschäftigungsverhältnis

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> angestellt | <input type="checkbox"/> beurlaubt ohne Bezüge |
| <input type="checkbox"/> beamtet | <input type="checkbox"/> teilzeitbeschäftigt mit _____ Std./Woche |
| <input type="checkbox"/> in Rente | <input type="checkbox"/> im Studium |
| <input type="checkbox"/> pensioniert | <input type="checkbox"/> ABM |
| <input type="checkbox"/> Alterübergangsgeld | <input type="checkbox"/> Vorbereitungsdienst/Berufspraktikum |
| <input type="checkbox"/> arbeitslos | <input type="checkbox"/> befristet bis |
| <input type="checkbox"/> Honorarkraft | <input type="checkbox"/> Sonstiges |

Jedes Mitglied der GEW ist verpflichtet, den satzungsgemäßen Beitrag zu entrichten und seine Zahlungen daraufhin regelmäßig zu überprüfen. Änderungen des Beschäftigungsverhältnisses mit Auswirkungen auf die Beitragshöhe sind umgehend der Landesgeschäftsstelle mitzuteilen. Überzahlte Beiträge werden nur für das laufende und das diesem vorausgehende Quartal auf Antrag verrechnet. Die Mitgliedschaft beginnt zum nächstmöglichen Termin. Der Austritt ist mit einer Frist von drei Monaten schriftlich dem Landesverband zu erklären und nur zum Ende eines Kalendervierteljahres möglich.

Mit meiner Unterschrift auf diesem Antrag ermächtige ich die GEW zugleich widerruflich, den von mir zu leistenden Mitgliedsbeitrag vierteljährlich von meinem Konto abzubuchen. Die Zustimmung zum Lastschriftinzug ist Voraussetzung für die Mitgliedschaft. Wenn mein Konto die erforderliche Deckung nicht aufweist, besteht seitens des kontoführenden Geldinstituts keine Verpflichtung zur Einlösung.

Ort, Datum

Unterschrift

wird von der GEW ausgefüllt

GEW-KVI-OV

Dienststelle

Fachgruppe

Kassiererstelle

Tarifbereich

Beschäftigungsverhältnis

Mitgliedsbeitrag Euro

Startmonat

Bitte senden Sie den ausgefüllten Antrag an den

GEW Hauptvorstand
Postfach 90 04 09
60444 Frankfurt am Main

Vielen Dank!
Ihre GEW

Der GEW-Hauptvorstand leitet Ihren ausgefüllten Antrag automatisch an den für Sie zuständigen Landesverband der GEW weiter.

Die uns von Ihnen angegebenen personenbezogenen Daten sind nur zur Erfüllung unserer satzungsgemäßen Aufgaben auf Datenträgern gespeichert und entsprechend den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes geschützt.

